



Universidad de Especialidades Espíritu Santo

FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**PROPUESTA PARA OPTIMIZAR LA CADENA COMERCIALIZADORA
DE PESCADO DEL ECUADOR HACIA COREA DEL SUR**

Trabajo de Investigación que se presenta como requisito previo a optar el
grado de Ing. en Ciencias Empresariales concentración en Dirección y
Planeación Comercial

Autor:

Luis Alberto Gencón Vásquez

Tutor:

Econ. Segundo Fabián Vilema Escudero

Samborondón, Octubre 2013

CERTIFICACIÓN

Certificó que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Luis Alberto Gencón Vásquez** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ing. En Ciencias Empresariales concentración en Dirección y Planeación Comercial**

Certificación del Tutor

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Luis Alberto Gencón Vásquez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta para Optimizar la Cadena Comercializadora de Pescado del Ecuador hacia Corea del Sur** previa a la obtención del Título de **Ing. En Ciencias Empresariales concentración en Dirección y Planeación Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 30 del mes de Julio del año 2013

Declaración de Autoría

Luis Alberto Gencón Vásquez

DEDICATORIA

A mi familia

Ejemplo a seguir

AGRADECIMIENTO

A Dios

A mis padres

A la universidad y sus docentes

Expresar lo que siente un hombre cuando recorre parte del camino, te impulsa a seguir. Ese es mi propósito, no hay límites que separen mi decisión y mi fe.

Resumen

Esta investigación presenta un estudio de diagnóstico de los diferentes factores de influencia en la cadena comercializadora (exportadora) de transporte marítimo de pescado a su vez se pudo determinar el modelo de comercialización de pescado, en base a las especificaciones del mercado coreano a través de alternativas que optimicen el proceso de transporte marítimo de pescado ecuatoriano para cumplir las especificaciones del mercado coreano

El presente trabajo implementará el método de investigación de encuesta de profundidad con el fin de lograr un entendimiento contextual y analizar cuáles han sido los principales factores de éxito a la hora de comercialización de pescado hacia el mercado coreano, esta técnica cualitativa se vincula a un proceso de observación de varios aspectos tácticos de los locales analizados.

El sector del pescado es uno de los principales del país, ya que, forma parte de las exportaciones tradicionales. La cadena de comercialización clave en el desarrollo de los productos del mar. Por ende, es importante definir los puntos críticos y estrategias de optimización de los mismos que logran generar una competitividad al sector y desarrollo al país, de la misma manera utilizar las ventajas competitivas del puerto de Manta ayudaría a mejora las estrategias de comercialización que tiene el país con los mercados asiáticos.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACION	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
INTRODUCCIÓN	1
	3
CAPITULO I: EL PROBLEMA	
1.1. Título	3
1.1.1. Planteamiento del problema.	3
1.2. Objetivos	4
1.2.1. Objetivo general	4
1.2.2. Objetivos específicos de Investigación	4
1.3. Situación práctica que se propone mejorar	4
1.4. Justificación	5
1.5 Antecedentes y fundamentación teórica	6
1.5.1. Antecedentes	6
1.5.2. Fundamentación teórica	8
1.5.2.1. Cadena Comercializadora	8
1.5.2.1.1. Cadena comercializadora de la pesca	9
1.5.2.1.2. Cadena pesquera: Eslabones principales	9
1.5.2.1.3. Caso práctico: “Comercializadora (Nueva Era)”	9
1.6. Pescado	12
1.6.1 Peces planos	13
1.6.2 Pescado azul	13
1.6.3 Pescado blanco	13
1.6.4 Túnidos	13
1.6.5 Pescado pelágico	13
1.6.6 Espáridos	13
1.6.7 Salmónidos	14
1.6.8 Pescado demersal	14
1.7 Otros usos del pescado	14
1.8 Valor nutricional del pescado	14
1.8.1 Propiedades nutricionales del pescado	15
1.9. Las exportaciones de enlatados de pescado progresan en precio y volumen	20
1.10 Transporte marítimo	24
1.10.1. Transporte marítimo y sus características	25
1.10.2. El nuevo modelo económico: transporte marítimo de mercancías.	26
1.10.3. Ventajas y desventajas del transporte marítimo	27
1.10.4. Puerto de Manta es considerado bajo el programa de control de contenedores en los Puertos marítimos	27

1.11. Sector de pescado en el Ecuador y contexto histórico	28
1.12. República de Corea del Sur	30
1.12.1 Clima	31
1.12.2 Moneda	31
1.2.3. Horario	31
1.12.4. Idioma	31
1.12.5. Gobierno y Política	32
1.12.6 Relaciones exteriores del País	32
1.12.7. Vía marítima de Corea del Sur	32
1.12.8. Líneas Navieras	32
1.12.9. Vía terrestre	33
1.12.10. Vía Ferroviaria	33
1.12.11. Vía Aérea	33
1.12.11.1. Documentos para Aduanas	33
1.12.11.2. Régimen de Muestras	33
1.12.11.3. Empaque y etiquetas	33
1.12.11.4. Barreras e incentivos	34
1.12.11.5. Logística y Distribución	35
1.12.11.6. Marco Legal de Distribución	35
1.12.11.7. Factura	35
CAPÍTULO II	36
MARCO TEÓRICO	36
2.1 Cadenas de comercialización	36
2.1.1. Canales de comercialización y administración de la cadena de suministro	36
2.1.2. Canales de mercadeo	36
2.1.3. La intensidad de distribución	38
2.1.4. Almacenaje y manejo de materiales	38
2.1.5. Criterios para Escoger Medios de Transporte	39
2.2 Cadenas de comercialización en productos del mar	39
2.2.1 Comercialización	39
2.2.1.1 Comercialización de productos del mar	40
2.3 Metodología	41
2.3.1 Tipo y diseño de investigación.	41
2.3.2 La población y la muestra.	41
2.3.2.1 Características de la población.	41
2.3.2.1.1 Delimitación de la población.	41
2.3.2.2 Tipo de muestra	42
2.3.2.2.1 Proceso de selección.	42
2.3.3. Los métodos y las técnicas.	42
2.3.3.1 Métodos de la investigación	42
2.3.3.2 Técnicas e instrumentos de la investigación.	42
	43
CAPÍTULO III	43
3.1. Análisis de la situación actual	44

3.2. Encuestas	45
3.3. ANALISIS FODA	51
3.4. Puntos Críticos	51
3.5. Propuesta	52
3.5.1. Aspectos a considerar para mejorar la propuesta de la cadena de comercialización	52
	53

CAPÍTULO IV	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
4.1 CONCLUSIONES	56
4.2 RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	61

Índice de Tablas	ix
Tabla # 1. Principales exportaciones no petroleras de Ecuador a Corea del Sur	8
Tabla # 2. Contenido de proteínas de algunas especies de pescado.	16
Tabla No # 3. Porcentaje de ácidos grasos de algunas especies de pescado	17
Tabla No. 4. Contenido promedio de vitaminas en el pescado	18
Tabla No. 5. Minerales característicos de los productos del mar: pescado	18
Tabla No. 6 se muestran las propiedades nutricionales de diversas especies de pescado.	19
Tabla No.7: Distribución de las exportaciones y su importancia en el sector	21
Tabla No. 8 principales empresas exportadoras de pescado congelado	22
Tabla N. 9Pregunta No. 1 ¿Se realizan exportaciones de pescado hacia otros países?	45
Tabla N. 10Pregunta No. 2 ¿Qué países compran el producto?	46
Tabla N. 11Pregunta No. 3 ¿Cuánto es el mínimo pedido de un contenedor?	47
Tabla N. 12 Pregunta No. 4 ¿Qué factores influyen en la cadena de exportación de pescado?	48
Tabla N. 13Pregunta No. 5 ¿Qué modelos de comercialización de transporte marítimo prefiere el mercado coreano?	49
Tabla N. 14Pregunta No. 6 ¿Cuáles son los inconvenientes que tiene para transportar pescado?	50
Tabla N. 15Pregunta No. 7 ¿Qué alternativas propondrían usted para optimizar el proceso de transporte marítimo de pescado hacia el mercado coreano?	51

Índice de Gráficos	x
Grafico No. 1 Cadenas productivas	11

Gráfico No. 2 Producción mundial y sus principales productos que se procesan a base de pescado	24
Gráfico No. 3 Arreglos alternativos de canales: Se pueden usar canales diferentes	37
Gráfico No. 4 Beneficios de la administración de la cadena	38
Gráfico No.5 Criterios para Escoger Medios de Transporte	39
Gráfico No. 6 Comercialización de productos del mar	41
Gráfico N. 7Pregunta No. 1 ¿Se realizan exportaciones de pescado hacia otros países?	45
Gráfico N. 8 Pregunta No. 2 ¿Qué países compran el producto?	46
Gráfico No. 9 Pregunta No. 3 ¿Cuánto es el mínimo pedido de un contenedor?	47
Gráfico No. 10 Pregunta No. 4 ¿Qué factores influyen en la cadena de exportación de pescado?	48
Gráfico No.11 Pregunta No. 5 ¿Qué modelos de comercialización de transporte marítimo prefiere el mercado coreano?	49
Gráfico No.12 Pregunta No. 6 ¿Cuáles son los inconvenientes que tiene para transportar pescado?	50
Gráfico No.13Pregunta No. 7 ¿Qué alternativas propondrían usted para optimizar el proceso de transporte marítimo de pescado hacia el mercado coreano?	51

Índice de Figuras

	x
Figura 1: Terminal portuario de Manta	25
Figura 2: Mapa Corea del Sur	30

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado para ser competitivos se deben conocer las reglas y políticas internacionales que permitan participar positivamente, utilizando herramientas y modelos de negocios que otras regiones emplean exitosamente. En los países donde las exportaciones son el eje de sus ingresos se tienen más posibilidades de incrementar sus formas de competitividad, innovando y desarrollando nuevas tecnologías aplicadas a su producción y economías de escala. (García, 2008)

En el Ecuador en cambio, hay ciertas debilidades lo que le hacen vulnerable en el campo internacional, de lo cual no solo se aprovechan sus competidores, sino los compradores de los productos ecuatorianos en el mundo. Al existir ciertas debilidades que se analizaran en la investigación, los exportadores ecuatorianos pueden convertirse en un blanco fácil que impida su real reconocimiento y desarrollo del sector.

Materia de este estudio como alternativa un modelo de negocio; por ejemplo de exportaciones de pescado que vaya implementando progresivamente y a su vez cambiando la matriz productiva ya que en los últimos años el consumo de productos pesqueros ha aumentado paulatinamente, debido a cambios en los hábitos del consumidor, quien reconoce sus altas cualidades nutricionales, así como al incremento y diversidad de la oferta, tanto de productos nacionales como importados.

El Ecuador es considerado uno de los países con mayor diversidad climática e hidrográfica lo que hace favorable el crecimiento de una gran variedad de especies marinas, que permiten el desarrollo de una importante industria pesquera de captura. Prueba de ello es que la calidad de la sardina y el atún ecuatoriano son reconocidos a nivel internacional

Por este motivo se debería poner atención en un sector que no ha sido debidamente explotado como es la crianza e industrialización de las truchas y peces en general. La realización del presente estudio se basa en un análisis de los principales ofertantes del producto existente de la cadena exportadora de pescado, en donde se establecen los diferentes factores de influencia para su comercialización, la cantidad aproximada de venta y formas de adquisición y venta. De igual manera se hace un análisis de los principales consumidores potenciales; a su vez se pretendió proponer alternativas para el transporte marítimo de pescado ecuatoriano según especificaciones del mercado escogido para su análisis.

La investigación realizada es de tipo exploratoria, utilizando el método cualitativo, aplicando herramientas estructuradas como la encuesta en profundidad. En el primer capítulo se plantea el problema que se desea solucionar en la investigación con sus respectivos objetivos, su

justificación, antecedentes y fundamentación teórica que la sustenta. En el segundo capítulo se aplica el diseño metodológico contando con su población y muestra. En el tercer capítulo se hace el análisis e interpretación de los resultados tomando en cuenta las valiosas respuestas obtenidas en la encuesta de los navieros y armadores de barcos, haciendo énfasis en la examinación de interpretación. El modelo de investigación incluyó la observación participante

Finalmente esta investigación presenta algunas conclusiones y recomendaciones que ayudarán a mejorar la exportación de pescado hacia Corea del Sur.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1. Título

Propuesta para optimizar la cadena comercializadora de pescado del Ecuador hacia Corea del Sur

1.1.1. Planteamiento del problema.

La producción de alimentos es uno de los grandes problemas para los países en vías de desarrollo, los cuales no cuentan con los conocimientos tecnológicos suficientes y presentan carencias en cuanto a mano de obra especializada, inversiones e infraestructura tecnológica, así como graves problemas socioeconómicos, como la falta de educación a diferentes niveles, entre otros.

El progreso exhaustivo de la actividad pesquera involucra la óptima operación de la flota, para lo cual es necesario tener instalaciones portuarias suficientes y adecuadas y, de ser posible, puertos y terminales pesqueras. (Abreu, 2006)

Según (Galiana, 2010) uno de los principales problemas a los que se enfrenta la industria pesquera es carecer de un sistema ágil y adecuado de distribución y mercadeo que suministre la disponibilidad de los productos en otros países, especialmente Corea del Sur; sin embargo, se han realizado esfuerzos para establecer una red coordinada de distribución y mejorar las condiciones de conservación y manejo de las capturas, creando frigoríficos y mercados de productos del mar en puertos estratégicos, así como campañas de publicidad en los medios masivos de comunicación y la edición y distribución de recetas.

Se debe participar también en programas con organizaciones internacionales relacionadas con el desarrollo de la pesca mundial y con la conservación de los recursos del mar, como la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la alimentación (FAO), la Comisión Ballenera Internacional, y la Comisión Oceanográfica Intergubernamental (COI).

Se debe tener como objetivo alcanzar la producción de alimentos, generación de empleos, elevación de los niveles de vida de la población, incremento en el aporte de divisas y apoyo al desarrollo del país con el esfuerzo de todos los ecuatorianos involucrados en la actividad pesquera nacional.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Proponer mejoras técnicas y operativas para fortalecerla cadena comercializadora de pescado del Ecuador hacia Corea del Sur, optimizando los procesos de transporte marino.

1.2.2. Objetivos específicos de Investigación

- 1) Diagnosticar los diferentes actores de influencia en la cadena comercializadora (exportadora) de pescado en el Ecuador.
- 2) Determinar el modelo de comercialización de pescado, en base a las especificaciones del mercado coreano.
- 3) Proponer alternativas que optimicen el proceso de comercialización y transporte marítimo de pescado ecuatoriano para cumplir las especificaciones del mercado coreano.

1.3. Situación práctica que se propone mejorar

El pescado y los productos pesqueros se encuentran entre los productos alimenticios más comercializados a nivel mundial, con un volumen de comercio en crecimiento en los próximos años, se espera que para el 2013 siga una tendencia alcista en la que los países en vía de desarrollo sigan representando la mayor parte de las exportaciones mundiales. Sin embargo, la producción de la pesca de captura se mantiene estable a diferencia de la producción acuícola que evidencia un crecimiento en el sector(Santos & Vicente, 2001).

La acuicultura sigue siendo uno de los sectores de producción de alimentos de origen animal de más rápido crecimiento y, en el próximo decenio, la producción total de la pesca de captura y la acuicultura superará a la de carne de vacuno, porcino y aves de corral. Sin embargo en el Ecuador no se realiza una distribución óptima de los productos del mar hacia los países de destino, lo que incide en baja eficiencia de la actividad exportadora ecuatoriana de este tipo de productos.

La presente investigación pretende analizar la pesca comercial o de altura, la cual se realiza con barcos provistos con sistemas de refrigeración perteneciente a grandes compañías pesqueras, que usan flotas de barcos bien equipados para este tipo de pesca. Este equipamiento podrá ayudar el aprovechamiento del sector de las posibles oportunidades de los acuerdos comerciales existentes, lo que generaría una fuente adicional de ingresos al sector y no depender exclusivamente

del mercado interno. Con la innovación en el equipamiento pesquero se logra alcanzar un nivel más eficiente de la utilización de la capacidad productiva ganando competitividad en el mercado externo. (Bowen, 2009)

Con la comercialización de pescado en algunos países se ha incrementado la calidad y competitividad de los mismos, a través de la experiencia que se obtiene cuando la empresa y sus productos se exponen a la competencia internacional. El poder de negociación para la compra de insumos, al aumentar el volumen de producción, ha contribuido al desarrollo económico y ha implicado a su vez aumento de la demanda de mano de obra y la generación de divisas.

Es importante resaltar que estos beneficios no surgen automáticamente de la actividad de exportación sino de la aplicación de procesos eficientes en la producción de pescado. En el escenario actual, exportar pescado no sólo será una opción más, sino la opción de desarrollo, crecimiento y modernización constante para el país.

1.4. Justificación

En la actualidad, la pesca que se realiza en aguas ecuatorianas son de gran importancia económica para el país; ya que el 25% y el 50% de las exportaciones del producto interno bruto (PIB) se originan de sus costas. Hoy en día el producto de importancia en el rubro de exportaciones pesqueras es la crianza de camarones, mientras que en el pasado los productos que lideraban las exportaciones eran el atún, sardina y las conservas de pescado.

La pesca en el sector marítimo es una gran industria ya que emplea aproximadamente 120000 personas. Los países con mayor demanda de estos productos son La Unión Europea y Estados Unidos. No obstante, las exportaciones de pescado son esenciales para el Ecuador, pese a que tiene un mercado pequeño y el nivel de desarrollo económico es inestable, las exportaciones influyen al desarrollo tecnológico y a agrandar el PIB, ya que sin un capital de divisas provenientes de la exportación el país se podría encontrar en riesgo de regresar a las épocas de fuertes devaluaciones, endeudamiento y sobre todo el dólar correría gran peligro.

Por otra parte es primordial que exista una política de exportaciones que impulse la viabilidad de un clima para las inversiones, y se pueda lograr aplicar un seguro estatal que cubran los desastres naturales de las exportaciones hasta los inconvenientes que no son cubiertos por las aseguradoras.

Para ello, se realizan entrevistas a los dueños de las embarcaciones de exportación referidas a la ciudad de Manta que nos den las pautas y llegar

a las conclusiones definitivas, describiendo un modelo de cómo se deben realizar las exportaciones en Ecuador hacia Corea del Sur.

1.5 Antecedentes y fundamentación teórica

1.5.1. Antecedentes

El pescado como producto del mar es el que lidera en diferentes sociedades humanas y también como fuente de alimento, a lo largo de la historia ha sido parte de culturas y mitologías siendo imagen de representaciones artísticas.

El pescado seco entre ellos el bacalao y la merluza ha sido el intercambio comercial más antiguo y duradero de la región de Lofoten hacia el sur de Europa, donde el mayor impacto se ha visto en Italia, España y Portugal. En la época de vikingos o quizás un poco antes nace el comercio de la merluza la cual ha estado vigente más de 1000 años hasta la actualidad.

El reino Tamil davidiano llamado los Pandyas originarios de la India eran conocidos por la pesca de perlas que se dieron en el siglo primero a.c. Ellos fueron los inventores del catamarán y su puerto se hizo famoso por la pesca de madreperlas y los paravas. Debido a los conocimientos que tenían en navegación y en pesca de perlas su comunidad era prospera gracias al comercio de perlas.

El consumo mundial de proteínas es de un 16% en la zona pesquera, sin embargo se considera que este porcentaje es más elevado en otras naciones en desarrollo que son muy dependientes de los recursos marinos. Evidentemente la pesca contribuye en gran parte al comercio global y distintas maneras de sustento de millones de personas y continúa revistiendo importancia cultural para muchas comunidades.

Los países que representan más de la mitad de la producción mundial de pescado son: Perú, Japón, Estados Unidos, Chile, Indonesia, Rusia, India, Tailandia, Noruega, Dinamarca, China e Islandia; siendo China el representante de un tercio de la producción universal. Los países antes mencionados lograron un total mundial de capturas de 86 millones de toneladas esta información fue publicada por la FAO en el año 2000.

Del total de la producción, más del 90% es de origen marino y un poco menos del 10% continental. (Castro y Huber, 2003).

Se puede concluir entonces que si se analiza la situación de nuestro país con el resto del mundo la economía ecuatoriana avanza lentamente, consecuentemente influye en los procesos de desarrollo y bienestar.

(Abreu, 2006) algunos países emergentes se han sumado a esta búsqueda articulando sus esfuerzos para brindarle a su gente bienestar económico y calidad de vida. Ejemplos prácticos en la última década

vemos pueblos como Corea del Sur, Vietnam, India, Croacia, etc., países que asumieron el reto con responsabilidad, mediante un trabajo conjunto del sector privado que aporta el capital y riesgo.

Si se compara el crecimiento de las exportaciones ecuatorianas de pescado con las de países en vías de desarrollo estas fueron inferiores a la media de crecimiento. El Ecuador no es un país orientado y bien organizado hacia las exportaciones, como son Chile, Taiwán y Singapur, quienes teniendo poblaciones relativamente pequeñas volcaron sus esfuerzos en esta área.

Para que el Ecuador logre obtener una presencia importante en el mercado mundial debería conseguir participación mayor a la media mundial, como lo hacen otros países ejemplares en la región como Chile. Ecuador no genera hasta hoy cambios importantes ya que el porcentaje de participación en la región es de alrededor del 1.9%

Las estrategias que darían resultados excelentes serían las que se enfocan a incrementar la participación de mercado y una alta concentración en materias de alto crecimiento. Los países que lo han logrado son reconocidos por ser altamente innovadores, agresivos comercialmente y eficientes en su producción.

La concentración de exportación presupone la falta de empresarios listos para correr riesgos de exportar nuevos productos y dispuestos a involucrarse en nuevas oportunidades comerciales. Al involucrar más actores en el comercio, la diversificación se vuelve una realidad donde producir y exportar los excedentes, favorece la consecución de objetivos hacia una mejor calidad de vida de los pueblos. Ejemplo de esto son los países centroamericanos los cuales han diversificado sus mercados, productos y agentes de manera que su economía ha avanzado a pasos agigantados.

En el 2000, Ecuador exportó a 153 países, y en el 2007 su principal socio comercial lo fue Estados Unidos de Norteamérica, a donde fueron a parar el 43.08%, de las exportaciones de ese año. Lo sigue la Unión Europea con 12. %; la Comunidad Andina de Naciones con un 19.90%, Asia con 3.01% y el resto del mundo con un 21.35%. Estos resultados muestran reflejada con claridad la dependencia y concentración de la exportación hacia el mercado estadounidense.

Tabla No. 1 Principales exportaciones no petroleras de Ecuador a Corea del Sur

		PERIODO AÑOS 2008,2009,2010						
		DESTINO: REPUBLICA DE COREA DEL SUR						
		PARTIDA : EXPORTACIONES NO PETROLERAS						
		ORDEN : TONELADAS						
		VALOR FOB EN MILES USD Y PESO EN TONELADAS						
PARTIDA	DESCRIPCION	2008 TONS	2008 FOB	2009 TONS	2009 FOB	2010 TONS	2010 FOB	SUMA TONS
4707300000	Desperdicios y desechos de papel o carton	229.52	65.52	1,574.02	157.57	3,340.92	483.87	5144.46
7404000000	Desperdicios y desechos de cobre	1,861.79	11,658.86	461,92	2,189.75	412.2	2.898.32	2735.91
7602000000	Bananas o platanos tipo cavendish	63.80	22.24	79.52	30.17	1,037.13	406.86	1180.45
304299090	Filetes de tilipia y pescados congelados los demas	143,52	387.03	163.92	507.94	139.13	506.07	446.57
2301209000	Harina, polvo, pellets, de crustaceos, moluscos, o de otros invertebrados acuaticos	0	0	175.9	127.52	105.95	93.24	281.85
2301201100	Pellets de pescado	0	0	0	0	147,34	216,11	147.34

Fuente BCE
Elaboración el autor

1.5.2. Fundamentación teórica

1.5.2.1. Cadena Comercializadora

A la cadena comercializadora se le considera según (Zanetti, 2007) como un sistema complejo dentro del sistema económico, y es bajo las condiciones sistémicas que requiere ser tratado. Este sistema comercializador constituye diversos subsistemas relacionados y que interactúan entre ellos. Su punto de partida se basa en el territorio, exige la participación de diversas variables iniciándose por la producción y su interacción con el consumo, estimados de producción, transportación, almacenaje, cosecha, envase, y conservación (frigorífico), mercado mayorista, industria de beneficio, industria procesadora, hasta la distribución minorista (en productos frescos y beneficiados), donde el hombre se considera como el elemento más importante y presente a lo largo de toda la cadena.

La cadena comercializadora por lo general es uno de los marcos del propio territorio, donde se origina la producción, se dice que tiene un efecto multiplicador, hacia otros territorios y sectores económicos-sociales.

1.5.2.1.1. Cadena comercializadora de la pesca

Los requisitos usuales de la cadena comercializadora se agrupan en cinco actividades básicas:

- Proveedores de insumos
- Extracción y cultivo,
- Transformación,
- Comercialización, y
- Consumidores, que se constituyen en los eslabones de la cadena.

1.5.2.1.2. Cadena pesquera: Eslabones principales

Según datos del Banco Central (CETREX, 2002), la contribución de cada eslabón de la cadena de la pesca en el valor bruto de producción del 2003, es la siguiente:

- a. La pesca y acuicultura aporta con el 56%
- b. La industria de la pesca y acuicultura: 40%
- c. El comercio y transporte equivalente 4%

1.5.2.1.3. Caso práctico: “Comercializadora (Nueva Era)”

Plan de negocio

La comercializadora “Nueva Era” se la considera una iniciativa práctica que permite su identificación como negocio sustentable en función del consumidor final

La comercializadora busca crear un servicio a la comunidad para el bienestar del sector, ya que aporta de una manera efectiva al cubrir zonas alimentarias con productos de primerísima calidad y condiciones favorables al consumidor.

Historia de la comercializadora

“Nueva Era” es una comercializadora que surge como alternativa válida para el sector, cuya finalidad es presentar un mercado alimentario a la sociedad en general.

La comercializadora tiene como objetivo profundizar el mercado alimentario y que este contribuya a mejorar las condiciones de vida de la comunidad

Visión de la comercializadora

Expandir el mercado alimentario posicionando el negocio mediante condiciones ortodoxas:

-Precio y calidad

Misión de la comercializadora

Llegar al mayor número de consumidores contribuyendo al desarrollo nutricional de las personas

Idea de negocio de la comercializadora

Poner a disposición de la comunidad una diversidad de productos que permitan mejores oportunidades y que generen confianza en el sector en el que se interactúa

Características intangibles de la comercializadora

Influir en los sectores más amplios de la población en función de una real participación que convalide procesos nutricionales

Posibles clientes de la comercializadora

El más amplio espectro comercial.

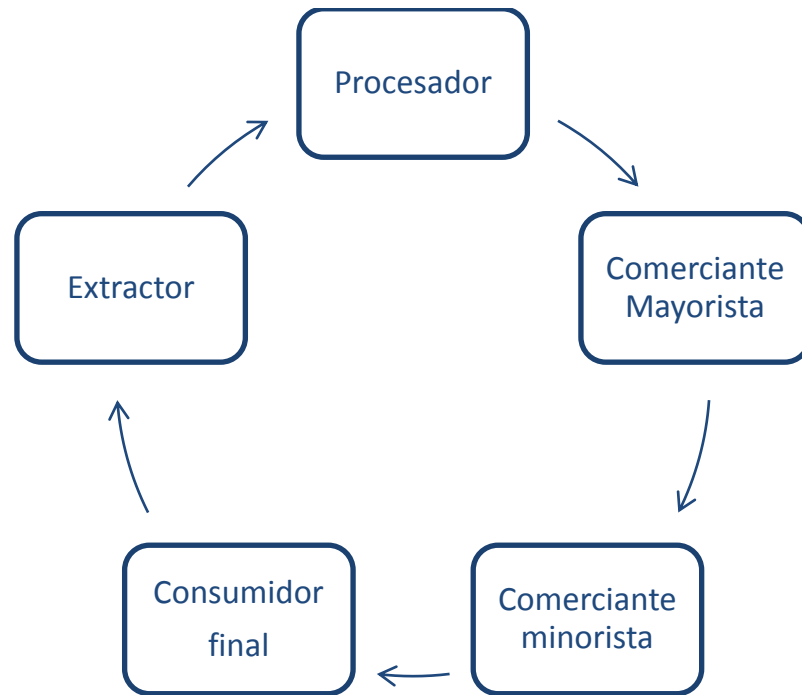
Verbigracia: Mercado referido al consumo

Perspectiva económica sectorial

Sector económico que genera demandas crecientes, estabilización del mercado, acuerdos comerciales, en fin expectativas generosas en las que el marco internacional demanda tratados extremadamente importantes, necesarios y vitales.

Cadenas productivas

Gráfico No. 1



Análisis del contexto de la comercializadora (Nueva Era)

Factor social

Una adecuada alimentación de consumo habitual y normal de pescado tendrá resultado proteger y prevenir principalmente a enfermedades, amén de que hoy en día se está formando el programa de desayuno local lo cual genera un beneficia miles de alumnos que hacen de esta primera alimentación una de las comidas principales y lógicamente una relación comercial estable.

Se suele implementar en campañas de educación en todas las jurisdicciones con el único fin de extender los trabajos de expansión de recomendaciones en salud alimentaria.

Una vez debidamente capacitada e informada la población, en materia nutricional, los productos del mar contienen cantidades importantes de yodo, de ahí que su comercio tiene mayor aceptación en función de que es un alimento que contiene muchos nutrientes y proteínas

Actualmente en los sectores industriales de productos del mar se hallan en plena trifulca por el control de los futuros mercados según declararon los dirigentes del sector.

Consecuencias

Aumento de las ventas
Participación en nuevos mercados

Oportunidades

A mayor nivel formativo, mejor oportunidad adquisitiva, resultado mayor consumo

Ofertar los productos proporcionándoles sus propiedades y la relevancia e importancia que posee para su consumo.

Inducir a las personas con una importante calidad del consumo de productos del mar, pensando en una alimentación óptima

Amenazas

Violencia social.

Inseguridad laboral.

Factor legal de la comercializadora

- Reglamento de las Disposiciones Tributarias
- Ley Nº 27037: Ley de la Promoción de Inversión
- Normas sanitarias para las actividades acuícolas.
- Ley de Desarrollo de la Acuicultura – Ley 27452.
- Reglamento Pesquero
- Ley General de Pesca

1.6. Pescado

Animal vertebrado y acuático que sirve de alimento nutricional. Existen distintos tipos de peces en su especie, por lo cual se pueden obtener otros ejemplos de pescado. Se aplica este término a los peces, que es procedente de la palabra pescado. A mediados del año 2008, los principales países consumidores de pescado fueron:



1.6.1 Peces planos

Se describe a que surgiendo con la forma típica de un pez, se transfiguran en convertirse en planos, como medio de defensa para poder vivir en el fondo de las aguas. Como el lenguado

1.6.2 Pescado azul

El aquel que contiene grasas en mayores proporciones como la sardina, albacora

1.6.3 Pescado blanco

Es aquel tiene grasas muy bajas

1.6.4 Túnidos

Dentro de este grupo se encuentran:

- El Atún
- El Bonito

1.6.5 Pescado pelágico

Pertenecen a este grupo

- El Dorado
- El Bacaladilla
- El Lubina
- El Merluza
- La Sardina
- El Atún

1.6.6 Espáridos

Se distinguen los siguientes:

- El Pargo
- El Dorado
- El Breca

El Chopa
El Salema
El Sargo

1.6.7 Salmónidos

Denominados así:

Las Trucha

- Trucha: arcoíris y marica
- Trucha: blanca y negra

El Salmon

1.6.8 Pescado demersal

Los pescados demersales se hallan en las proximidades del fondo. Denominados como nectobentónico. Entre los cuales encontramos los siguientes:

- Rey
- Palometa
- Gallineta
- Pargo
- Rape

1.7 Otros usos del pescado

Los poblados andinos prehispánicos le daban uso a las sobras del pescado como a las escamas, las aletas, entre otras y estas servían como abonos orgánicos.

Por otra parte los aborígenes del siberiano le daban uso a la piel del pescado para la confección de ropa.

1.8 Valor nutricional del pescado

El pescado tiene altos valores nutricionales a diferencia de otras especies como las aves y los mamíferos, pero unos factores han disminuido su consumo ya que la conservación del pescado es más rigurosa que la conservación de carne de aves y otros animales, y por la actividad acuosa que contiene la carne de pescado sirve para el desarrollo de gérmenes patógenos.

Actualmente las complicaciones de conservación por frigorífico o envasado al vacío del pescado han mejorado considerablemente.

El pescado y su variedad de especies provee minerales y proteínas que son relevantes y nutritivas para el organismo, el pescado de agua salada es rico en ácidos grasos insaturados, omega 3 y minerales como el fósforo, el selenio, entre otros que ayudan a combatir los efectos del colesterol y es un gran beneficio para el sistema circulatorio y la salud.

La vitamina D es eficaz para el tratamiento de osteoporosis y se la encuentra en el hígado de muchos pescados como el bacalao.

La infinidad nutricional que suministra el pescado es de alta calidad en proteínas y variedad de vitaminas como la A y D, minerales como el magnesio, el fósforo y en el caso de ser pescado de mar el yodo. Al igual que las proteínas de la carne el pescado es de fácil nutrición y es un complemento de las proteínas cotidianas que son consumidas por países en desarrollo.

Grandes especialistas coinciden que con solo consumir el pescado en pequeñas cantidades logra mejorar las proteínas consumidas diariamente ya que brinda aminoácidos los cuales son esenciales y en una alimentación netamente vegetariana no son encontrados con facilidad.

Las más recientes investigaciones informan que el pescado va más allá que una opción de consumo de proteínas animales. Dichas investigaciones comentan como la grasa de algunos pescados es vital para el desarrollo del cerebro de los niños que están por nacer así como en los recién nacidos ningún otro alimento beneficia de esta manera. Para que el desarrollo del cerebro se dé con normalidad se requiere de una cantidad adecuada de esos ácidos grasos.

La alimentación para las mujeres embarazadas o lactantes y niños es primordial para que el crecimiento de los niños sea normal ya que esta etapa es crítica. Por eso en los países en desarrollo los ácidos grasos de algunos pescados como el atún, las sardinas, entre otros son la primera opción como alimento debido a los frecuentes embarazos que agotan el suministro materno de ácidos grasos

1.8.1 Propiedades nutricionales del pescado

La variedad de nutrientes y minerales que contiene el pescado hace que contribuya a una dieta saludable. Los pescados tienen muchas aportaciones y beneficios para la salud como el contenido calórico bajo, vitaminas hidrosolubles como liposolubles. Su valor nutritivo consiste de diferentes variables como la edad, alimentación y la época de captura.

Sus componentes principales son:

Proteínas: Las proteínas contienen un alto valor biológico ya que son ricas en aminoácidos como la treonina, cisteína (que son necesarias para el crecimiento de los niños). Dependiendo del tipo de pescado su proteína fluctúa entre el 10 al 24% (Tabla No. 1).

Tabla # 2. Contenido de proteínas de algunas especies de pescado.

Especies		Porcentaje de Proteína		
Moluscos				
	Mejillon	10,2	%	
	Ostra	10,8	%	
	Almeja	10,7	%	
	Langosta	19	%	
	Veria	18	%	
	Nécora	20	%	
	Centollo	20	%	
	Cigala	15	%	
Pescado	(blancos)	RAPE	12	%
		LENGUA	17	%
		BACALAO	15	%
		MERLUZA	12	%
	Semigrasos	Trucha	16	%
	(azules)	Caballa	15	%
		Sardina	17	%
		Salmón	20	%
		Atún	23	%

Fuente: Atunec
Año 2010

El contenido de grasa del pescado (Tabla No. 2) oscila entre 0,1% y un 15%. Por la cantidad y su grasa se los clasifica:

- Pescados blancos
- Pescados magros: estos contienen por debajo del 3% de la grasa (Elbacalao, el gallo, la lubina, la merluza, el lenguado).

Tabla No # 3. Porcentaje de ácidos grasos de algunas especies de pescado

	Ác. Palmítico	Ác. Esteárico	Ác. Palmitoleico	Ác. Oleico	Ác. Linoleico (ω -6)
Salmón	13,0	3,0	5,2	14,0	2,0
Sardina	14,5	4,9	7,0	15,4	1,4
Atún	9,5	7,9	7,5	17,5	1,8
Lenguado	16,5	3,6	15,3	12,2	1,4
Merluza	9,1	7,9	3,3	15,4	1,9
Bacalao	22,1	4,8	2,1	9,5	1,2
Caballa	17,5	5,8	6,0	7,8	1,9
Trucha	11,4	7,3	8,2	17,4	12,3

Fuente:Atunec

	Ác. Araquidónico (ω -6)	EPA (ω - 3)	DHA (ω -3)	Total (ω -3)
Lenguado	4,9	16,4	7,6	35,7
Sardina	0,9	11,3	25,8	43,4
Caballa	6,9	11,2	22,8	41,2
Bacalao	1,5	16,3	36,1	53,1
Salmón	2,8	11,0	20,0	39,9
Trucha	1,4	5,1	16,8	30,1
Atún	4,1	7,5	26,4	37,6
Merluza	3,6	13,2	23,9	44,6

Fuente:Atunec

De forma general el pescado provee cantidades variables de vitaminas hidrosolubles, principalmente B₁, B₂, B₃. Sin embargo otras especies como las sardinas, anchoas y arenques son ricos en vitamina B₁₂. Entre las vitaminas liposolubles como la E, se pueden encontrar en algunos

pescados en gran cantidad mientras que las vitaminas A y D es abundante en el hígado de pescado. (Tabla No. 3)

Tabla No. 4. Contenido promedio de vitaminas en el pescado.

	Pescados magros	Pescados grasos
Vitamina A	50-100 UI	4000-6000 UI1
Vitamina D	10-20 UI	8000-12000 UI2
Nicotinamida	6-12 mg	4-8 mg
Vitamina B1	0,1-0,4 mg	0,3-0,4 mg
Vitamina B2	0,2-0,4 mg	0,3-0,6 mg

Fuente: Atunec

En lo que respecta a minerales (Tabla No. 4): El pescado fresco aporta importante de sodio, incrementado en las conservas o cuando el pescado se somete al ahumado o curado. El hierro se encuentra en mayor cantidad en los pescados de mar, que en los de agua dulce. También es una buena fuente de potasio y calcio es significativo si se consume con espinas. Minerales como yodo, magnesio, fósforo o zinc están en menos proporción.

Tabla No. 5. Minerales característicos de los productos del mar: pescado

	Sodio	Potasio	Calcio	Hierro	Yodo	Fósforo
Atún	30-50	250-350	30-50	Aprox. 1	0,05	200-220
Bacalao	70-100	300-400	15-Oct	0,5-0,7	0,1-0,2	150-250
Merluza	100-120	250-350	30-50	1	0,01-0,03	140-170
Salmón	30-60	300-400	20-Oct	1	0,0035	200-300
Sardina	120-140	300-400	50-100	3-Feb	0,01-0,02	200-300
Trucha	20-50	400-	20-Oct	1	0,0035	200-300

		600				
Langosta	200-300	200-400	50-80	3-Feb	0,1-0,5	200-400
Mejillón	250-400	200-300	20-40	6-May	0,1-0,2	200-300

Fuente :Atunec
Año 2010

Estos elementos hacen del pescado un alimento primordial en la dieta, destacándose el pescado azul por su rico contenido en grasas saludables.

Tabla No. 6 se muestran las propiedades nutricionales de diversas especies de pescado.

	Kcal	Proteínas (g)	Grasa (g)	Sodio (mg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Atún	170	24	6	40	30	1
Bacalao	80	17	0,4	60	20	0,5
Besugo	100	20	2,5	-	15	1,8
Brótola	80	17	0,8	90	25	2
Caballa	180	20	11	95	15	2
Corvina	90	19	1,4	-	42	1
Lenguado	82	18	0,7	80	30	1
Merluza	80	18	0,7	80	25	1
Mero	84	18	0,8	-	25	1,5
Salmón	180	22	10	-	60	0,8
Sardina	190	20	13	100	80	2,5
Trucha	110	18,5	3	40	15	1

Fuente:Atunec

Clasificación Arancelaria

Sección I :	ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL
Capítulo 03 :	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos
Partida Sist. Armonizado 0304 :	Filetes y demás carne de pescado (incluso picado), frescos, refrigerados o congelados
SubPartidaSist. Armoniz. :	
SubPartida Regional :	
Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 0304110000-0000 :	
Codigo Producto Nacional (TNAN) 0304110000-0000-0000 :	

Arancel del producto: El arancel preferencial para el producto de pescado es 0%

Arancel general: Se sitúa en un 7%

Impuesto sobre el valor agregado: 10% VAT 부가세(附加稅, Bugase

1.9. Las exportaciones de enlatados de pescado progresan en precio y volumen

Se considera que en tercer lugar de las exportaciones no petroleras, y el primer rubro no primario de exportación del Ecuador son los enlatados de pescado, que en el primer semestre del año cifró ventas al exterior por 501,5 millones de dólares, reporta el (BCE) Banco Central del Ecuador.

Cuya venta responde a la consigna de ciento nueve toneladas métricas en los primeros seis meses de este año, con un precio promedio de 4.607 dólares por tonelada, este producto terminado significa en la actualidad el 10,5 por ciento de las ventas no petroleras del Ecuador.

El progreso de las ventas exteriores de enlatados de pescado da cuenta de un crecimiento continuo tanto del precio como del volumen de las exportaciones ecuatorianas.

En el año 2010 en el primer semestre se vendieron 91 toneladas a un precio promedio de 3.347 dólares por tonelada para cifrar 303,3 millones de dólares, es decir, el 7,8% del pastel de ventas externas no petroleras.

En el primer semestre del año anterior (2009) en el país se vendieron 100 toneladas de enlatados de pescado a un precio por tonelada de 3.903 dólares, lo que sumó 391,9 millones en ventas, en otras palabras, el 8,5% de las exportaciones no petroleras.

Los pescados no enlatados se venden a un precio promedio por tonelada de 4.097 dólares. En el primer semestre del 2012 se exportaron apenas 41 toneladas de este producto, el 3,5% de las ventas exteriores del país.

En la Tabla No. 6 se presenta la distribución por años de las exportaciones de pescado en el país.

Tabla No.7: Distribución de las exportaciones y su importancia en el sector

LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE PESCADO				
AÑO	TM	MILES\$ FOB	EXP PESCADO/ EXP. TOTALES	EXP NO PETROLERAS
2000	238.600	321.221	6.5%	12.9%
2001	253.133	374.416	8.0%	13.5%
2002	220.589	439.306	8.7%	14.7%
2003	271.951	520.779	8.4%	14.4%
2004	244.054	465.008	6.0%	13.2%
2005	295.585	620.902	6.1%	14.7%
2006	320.625	726.897	5.7%	14.0%
2007	351.488	895.233	6.3%	14.9%
2008	337.262	1.053.070	5.7%	15.4%
ENE-oct 2009	286.508	782.235	7.1%	14.3%

Fuente : BCE

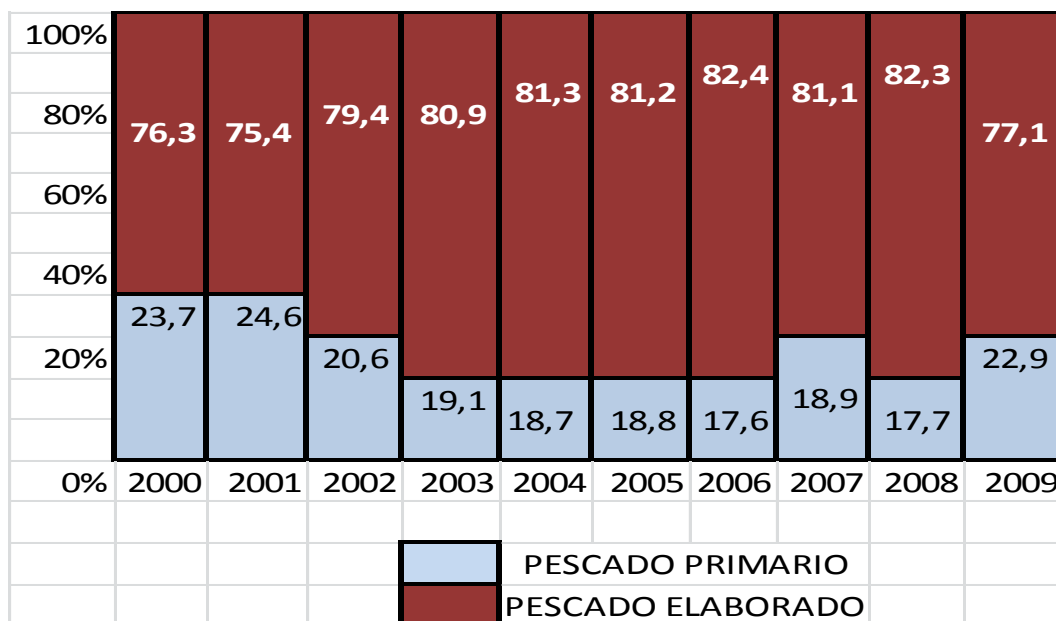


Tabla No. 8 principales empresas exportadoras de pescado congelado

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE PESCADO CONGELADO (KILOS BRUTOS)					
RK	EMPRESA	2008	ene-AGO 2009	% partic. 2008	% partic ene - AGO 2009
1	TECOPESCA	15.796.172.00	11.841.737	14.1%	16.07%
2	ASISERVI S.A	10.654.254.00	7.068.269	9.5%	9.59%
3	SALICA DEL ECUADOR	9.594.077.00	5.520.212	8.6%	7.49%
4	SEAFMAN	4.920.795.00	4.911.099	4.4%	6.67%
5	NIRSA	2.503.769.00	4.866.493	2.2%	6.61%
6	PESPESCA S.A	5.169.321.00	4.859.163	4.6%	6.60%
7	EUROFISH S.A	6.428.847.00	3.682.711	5.7%	5.00%
8	PREFESCOMAR CIA LTDA.	3.711.754.00	3.456.422	3.3%	4.69%
9	PROMAROSA	4.228.804.00	3.292.175	3.8%	4.47%
10	GONDI S.A	3.946.765.00	2.635.141	3.5%	3.58%
11	CONSERVAS ISABEL S.A	1.419.700.00	2.250.900	1.3%	3.06%
12	EMPESEC	2.457.838.00	1.982.612	2.2%	2.69%
13	TRANSMARINA C.A	2.408.910.00	1.772.905	2.2%	2.41%
14	BILBO S.A	149.758.00	1.541.057	0.1%	2.09%
15	OLIMAR S.A	3.437.987.00	1.592.662	3.1%	2.08%
	TOTAL EXP. PESCADO CONGELADO	111.927.767	73.668.081	100%	100%

Fuente : BCE

En los últimos años el pescado enlatado ha ocupado el tercer lugar de las exportaciones en Ecuador. Las cifras fueron reflejadas por el Banco Central del Ecuador y de Pro Ecuador (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones) que del mes de enero al mes de septiembre del año actual, dicha comercialización represento el 22.9% que es más de lo establecido en el periodo del año 2011.

Sobre los destinos hacia donde se dirige el pescado que son, Estados Unidos y Europa los cuales son sus principales mercados. Pero también existe un crecimiento importante dentro de su comercialización en los países de América Latina.

Dentro de los países de América Latina, Venezuela es el principal socio comercial y uno de la más importante del Ecuador. En los primeros seis meses del año del 2012 compraron 15 millones esto fue movido por distintas empresas como: Nirsa, Salica, Galapesca e Isabel. Debido a esto Venezuela ha ganado importancia de todos los países de Sudamérica ya que capta el 20% de las compras.

No obstante, otro de los países como lo es México también forma parte de los países más importantes para el sector y Ecuador es el principal proveedor de atún en barrilete. El consumo de este producto va en aumento en el país norteamericano. A pesar de los 120 millones de habitantes el país azteca no es considerado el principal destino para las exportaciones ecuatorianas, se encuentra en el décimo tercer lugar.

Los negociantes consideran que Ecuador podría obtener otros compradores de atún. Uno de los nichos de mercado que se ha generado son Brasil y Argentina. Mientras ocurre lo de los otros nichos se prevé una rebaja en la exportación de harina de pescado como ya quedó reflejado en los primeros nueve meses del año 2012.

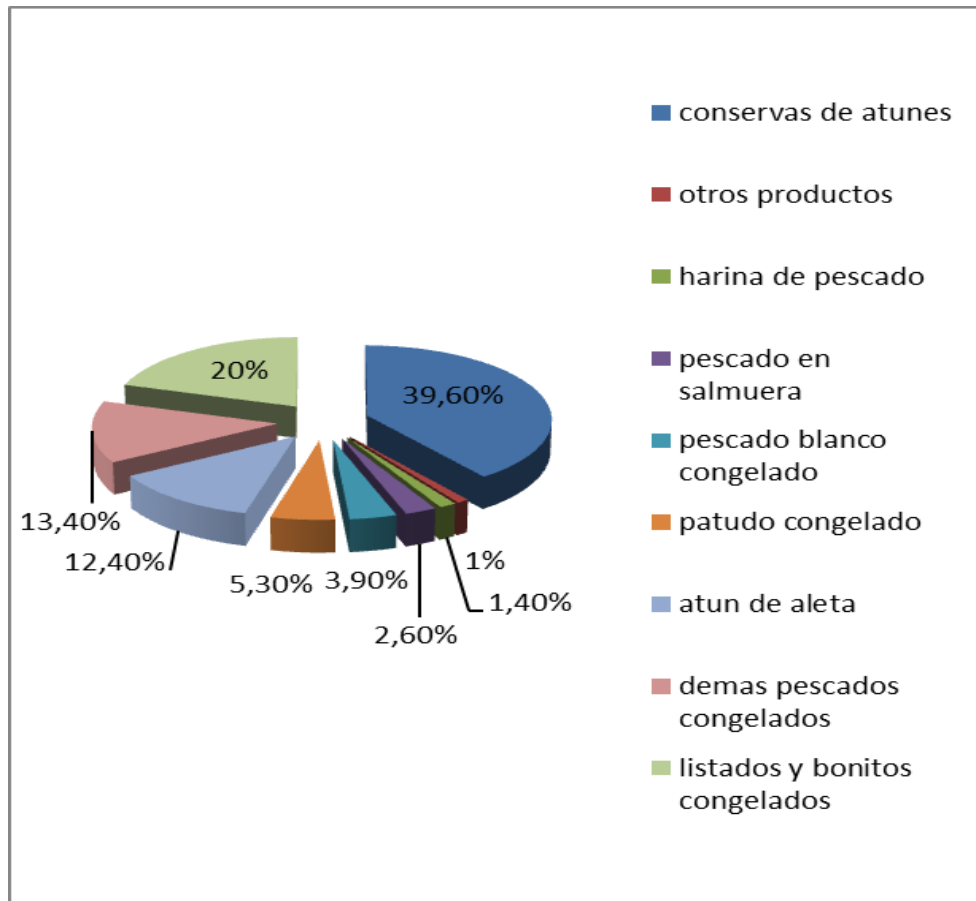
Dentro de las cifras del Banco Central del Ecuador se vendieron \$77 millones, 66 toneladas métricas de lo cual resulto menos 19% de lo vendido en el año del 2011 en el mismo periodo y el precio internacional de la tonelada métrica bajo un 16%.. Las cifras del sector solo pueden ser dadas 4 días antes de que los atuneros empiecen la segunda veda.

Producción mundial y sus principales productos que se procesan a base de pescado

El pescado a nivel mundial es entregado en distintas presentaciones, que puede ser por tipo de proceso o por producto terminado. En el año 2010,

el pescado y las presentaciones congeladas tuvieron una representación del 40% y 54% de la producción total.

Gráfico No. 2



Fuente: Fao ,fish at
Elaboración El autor

1.10 Transporte marítimo

En la actualidad el transporte marítimo a nivel mundial es la manera más utilizada para el comercio internacional, por su gran capacidad de soporte de mercancías ya sea en contenedores, al granel o líquidos (Lozano, 2006)

Considerando que la mayor parte del planeta está cubierta por agua la modalidad del transporte marítimo es la más opcional para el comercio por lo cual el ser humano encontró la forma de cómo hacer llegar altos volúmenes de mercancías por vías marítimas.

No obstante el transporte marítimo también es un movilizador de personas, pero que en la actualidad no es tan utilizado por el desarrollo

de la aviación comercial. Pero aún se mantiene como destinos turísticos en los cruceros o para viajes cortos de distancia como de islas a orillas.

En si el transporte marítimo es de origen internacional con fines de lucro.

1.10.1. Transporte marítimo y sus características

Una de las características más importantes del transporte marítimo es la cantidad de masas o volúmenes que se pueden trasladar al granel o en contenedores a cortas o largas distancias. Los grandes petroleros llamados Ultra largeCrudeCarrier (ULCC) tienen una capacidad de más de 500.000 TPM (toneladas de peso muerto).

Actualmente esta modalidad es la mayor considerada para el traslado de grandes bultos geográficamente de un punto a otro. Esto ha ocasionado que las vías marítimas se encuentren en continuas mejoras.



Figura 1: Terminal portuario de Manta

Según Garay, (2008) por el desarrollo de dichas vías marítimas se puede utilizar la diversidad de buques en tamaño ya sean pequeños cargueros (100 TPM) hasta los VLCC (verylargecrudecarrier), que se han ido adaptando en cada destino geográfico por medio de dragas para soportar el calado del buque, que pueden ser buques portacontenedores, para carga refrigerada, al granel o cargas rodantes.

1.10.2. El nuevo modelo económico: transporte marítimo de mercancías.

El transporte marítimo siempre estará presente en el desarrollo de la civilización de los pueblos el cual ha contribuido de manera decisiva siendo el medio de transporte que se ha utilizado para el intercambio de mercancías y materiales entre diferentes países y ello está dado porque casi las $\frac{3}{4}$ partes de la superficie de la tierra está cubierta de agua(Galiana,2004)

Apareció en la Edad Antigua por la formación de un pequeño comercio para satisfacer las necesidades correspondientes al respecto de intercambio de mercancías. Consistía en cambiar productos agrícolas, de ganadería y de pesca por maderas, pieles y otros alimentos u objetos que se necesitan; desarrollados entre pequeñas tribus que poco a poco fueron dando pasos de avance para su desarrollo

Así se señala que el papel ofrecido por los mesopotámicos, fenicios y egipcios sellaron un hito en pos de desarrollo aunque contaban con embarcaciones rudimentarias; los griegos debido a su privilegiada situación geográfica se especializaron como intermediarios marítimos en el Mar Mediterráneo obteniendo un gran avance de la náutica y la apertura hacia nuevas posibilidades tanto en el comercio como en la navegación"

La industria marítima hoy en día experimenta más avance, originado por la visión de nuevas tecnologías convirtiendo los buques de mayor capacidad con diferentes fines y metas. Se ha incrementado la velocidad y su tonelaje convirtiéndose en eficaces medios de transporte de mercancía a nivel internacional.

(Fernández, 2006) consideró que en Ecuador antes del éxito de la Revolución formaba una raza del derecho con escasa aplicación industrial y legislativa, se daba por el sistema socio- económico y político que dominaba en la isla, donde las pocas entidades privadas dedicadas a las actividades del transporte marítimo que conformaban como "personas jurídicas cubanas", solo elaboraban una parte mínima del comercio exterior cubano porque en su gran mayoría era realizado por empresas norteamericanas así como otros países de Europa Occidental. La navegación de cabotaje influyó poco en el progreso del derecho marítimo cubano ya que se traían con tal fin embarcaciones de poco porte.

Esta combinada histórica se considera como el derecho a la navegación se ha encontrado desde los orígenes de la civilización de forma activa, por esto se señala que instituciones características de esta rama del derecho como son: las averías gruesas, el fletamento, los abordajes, entre otros han perdurado a través de los siglos y han tenido su consagración

legislativa mucho antes que las normas comerciales terrestres. (Fernández, 2006)

1.10.3. Ventajas y desventajas del transporte marítimo

Dos de las terceras partes de la Tierra están cubiertas por agua, motivo por el cual el transporte marítimo es una de las formas más antiguas de traslado de mercancías, movilización de personas y comercio internacional, aunque su importancia se ha ido reduciendo con la reducción de tiempos y costes de las compañías aéreas.

En la actualidad, este tipo de mudanzas y transportes por mar se siguen realizando en los dos extremos, corta y larga distancia debido a que presenta una serie de ventajas en relación a otras formas de transporte:

- Capacidad: permite el transporte de un mayor volumen de mercancía.
- Flexibilidad: existen distintos tamaños de barcos para cada necesidad.
- Ahorro: los costes son inferiores.

Por el contrario, uno de los principales motivos por el que la utilización del transporte marítimo está en desuso es por el tiempo que tarda cuando se trata de trayectos largos, aunque en ocasiones supone la única o la mejor alternativa, como hemos indicado para cierto tipo de mercancías, como puede ser el traslado de un coche de la Península a las islas. (Wordpress, 2010)

1.10.4. Puerto de Manta es considerado bajo el programa de control de contenedores en los Puertos marítimos

Si se habla de ubicación geográfica de los puertos del Ecuador, el puerto de Manta tiene una de las mejores ubicaciones geográficas tanto para el mercado internacional como para el tráfico de estupefacientes a los países de Europa, Asia y EEUU. Debido a esto el Gobierno Nacional realizó reformas junto a la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDD) dirigido por Flavio Mirella quien realizó una extensión del convenio de Programa de control de contenedores en los Puertos Marítimos del Ecuador donde anteriormente solo se vigilaba el Puerto de Guayaquil, gracias a esta extensión ahora el Puerto de Manta, Puerto Bolívar, y Esmeraldas son controlados. Dicho convenio tiene una duración de 3 años y fue firmado por el Vicecanciller del Estado Kintto Lucas.

Lo que se busca con estos cambios es minimizar el tráfico ilícito organizado transnacional en los contenedores marítimos, según Flavio Mirella representante de la ONUDD para Ecuador y Perú este programa piloto de control de contenedores aparte de dar apoyo a los gobiernos en su estructura analítica a los puertos seleccionados será de gran ventaja para terminar poco a poco con el tráfico ilícito.

La Autoridad Portuaria creó un modelo de gestión por lo cual pretenden dar una imagen confiable del Puerto de Manta por medio de los servicios de seguridad y así sustentar las inversiones, el primer cambio se dio en el año 2011 con la construcción de torres de control, obras de equipamiento y unidades de auxilio inmediato demostrando de esa manera la seguridad del Puerto.

Actualmente el Puerto de Manta maneja un personal altamente capacitado lleno de conocimientos de códigos internacionales siendo ellos la Seguridad Física del Puerto, también forma parte la Policía de Antinarcóticos desde el año 2002 y su estadía será permanente, la Seguridad Electrónica se ocupa de la instalación de cámaras estratégicas en todo el Puerto de Manta, de esta manera se cumple con las normas establecidas y para mejorar están como miembros el Comité Zonal de Protección de Respuestas a Emergencias COZPRE y como Puerto Internacional lo certifica la Seguridad PBIP que fue concedida por la Secretaria Mundial de la Protección Marina SEPRM.

Todo este control ha servido para que las incautaciones de droga se den en su momento y así no hayan podido ser enviadas a su destino por medio de contenedores en los cuales serían enviadas dentro de pescado y camarón en algunas ocasiones.

1.11. Sector de pescado en el Ecuador y contexto histórico

Se considera a la pesca como una de las actividades económicas más antiguas, diseminadas en nuestro país y con el pasar de los años ha adquirido una gran relevancia en la alimentación de varios pueblos. El Ecuador se lo reconocido internacionalmente por la calidad de sus mariscos y pescados, siendo capturados por la flota pesquera aprovisionadas de equipos de frío para la conservación y congelamiento, para mantener en perfecto estado el producto sin deteriorarse.

La actividad pesquera se la realiza todo el año, sin embargo depende de la corriente del mar y la temperatura: cuando hay mucha corriente la producción de pesca es baja, en donde las redes no operan bien en el fondo, siendo la época de mayor actividad durante los meses de marzo y abril.

En el sector pesquero se presentan dos subsectores muy bien definidos: la artesanal y la industrial. El subsector pesquero industrial opera de una manera mucho más formal que el subsector pesquero artesanal, porque existe mayor control por parte de las autoridades competentes, así como, más conciencia de la importancia del cumplimiento de las regulaciones nacionales e internacionales relativas al equipamiento y procedimientos de seguridad laboral, condiciones adecuadas de trabajo, capacitación del personal, regularización de las relaciones laborales, seguridad social, entre otros.

En el subsector pesquero artesanal, donde se concentra la mayor parte de la población dedicada a ésta actividad, encontramos mucha informalidad, resistencia al cumplimiento de regulaciones y al establecimiento de controles, siendo el común denominador una muy arraigada resistencia al cambio.

Por medio de la INEC en el año 2001 se realizó el VI Censo Nacional de Población y V de Vivienda reflejando que 61.560 personas son las que realizan actividad pesquera, de un total de 4.585.757 personas el 1.34% conforman la población económicamente activa (PEA) del país.

De esa población, el 12,54% están en el rango de edad de entre los 5 a los 19 años, 31,17% entre los 20 y los 29 años, el 26,46% entre los 30 y los 39 años, el 24,53% entre los 40 y los 59 años y finalmente el 5,38% es mayor de 60 años. Hoy en día la cifra es de 80.000 y 100.000 personas de las cuales cerca 6.500 son las que conforman el subsector industrial, lo que significa del 6 al 8% del total. En sector extractivo de la pesca industrial la colaboración femenina es nula con un 8,98% de la PEA pesquera mientras que en el plano de procesamiento industrial que son las empacadoras la mayoría de trabajadores son mujeres por ser eficientes y minuciosas que los hombres para ese tipo de trabajos.

Las mujeres realizan pequeñas labores de recolección en la pesca artesanal. También la pesca artesanal es conocida como de ámbito familiar o comunal, (Perera, 2009).

La flota pesquera industrial está conformada por 487 embarcaciones (137 atuneras, 31 sardineras, 151 de pesca blanca y 168 camarónicas de arrastre). La fuerza laboral artesanal cuenta con 57.299 pescadores distribuidos en 141 caletas pesqueras (17.816 en Guayas, 22.183 en Manabí, 11.084 en Esmeraldas, 5.185 en El Oro y 1.058 en Galápagos) y 15.929 embarcaciones artesanales.

El país, cuenta con una flota atunera cuyo desembarco anual promedio es de 300 mil toneladas métricas (aleta amarilla, ojo grande y barrilete), que abastece a una importante industria enlatadora de atún ubicándolo como el tercer país del mundo en exportaciones de atún, así mismo, el de congelados de lomos orientados a los mercados Europeos y de Los Estados Unidos de América, principalmente.

La Subsecretaría de Recursos Pesqueros (SRP) vigila que los barcos pesqueros instalen una rejilla metálica excluidora, que permite salvar peces juveniles que todavía no están listos para su captura y comercialización, como medida de conservación de especies marinas, tal como lo dispone el Acuerdo Ministerial 133 de 10 de julio 2008. Ecuador es el único país atunero en el mundo que adopta este tipo de prevención, lo que denota el interés del Gobierno nacional por conservar los recursos bioacuáticos para las futuras generaciones.

1.12. República de Corea del Sur

La República de Corea del sur se encuentra entre China, Rusia y el Mar del este y la parte sur de la Península de Corea limita al Norte con La República Democrática Popular de Corea y al oeste se encuentra el Mar Amarillo.



Figura 2: Mapa Corea del Sur

La superficie total de su territorio es de 99,720km². Tiene una población de 48.75 millones de habitantes, la ciudad capital y la más poblada es Seúl con 9.78 millones de habitantes, otras ciudades importantes son Pusan con 3.44 millones e Incheon con 2.57 millones.

Tan sólo el 30% de su territorio es apto para el cultivo, el 70% restante del país es montañoso. Las costas occidentales y meridionales, abruptas y muy irregulares, están rodeadas por cerca de 3.400 islas e islotes. La costa oriental, por el contrario, es recta y de carácter muy homogéneo. Los ríos suelen ser cortos pero torrenciales, desembocando la mayoría de ellos en el mar Amarillo.

1.12.1 Clima

(Breen, 2004) consideró que el Clima de Corea es continental cuyos inviernos son fríos y seco; sus veranos húmedos y calurosos. La primavera y el otoño son las estaciones con temperaturas suaves y escasas precipitaciones.

1.12.2. Moneda

La moneda utilizada en Corea del Sur es el won coreano.

1.12.3. Horario

El horario de Corea del Sur es UTC/GMT +9, con Ecuador la diferencia es de 14 horas.

1.12.4. Idioma

El idioma es el coreano, aunque también el idioma inglés es muy utilizado.

1.12.5. Gobierno y política

El gobierno de la república de Corea del Sur se concreta como una democracia representativa. Como muchas democracias, en el país se presenta la división de poderes en:

- ◆ Ejecutivo
- ◆ Judicial
- ◆ Legislativo.

Estos poderes se ejecutan a nivel nacional, pero existen ministerios en el poder ejecutivo que solo realiza funciones locales. Mientras que los gobiernos provinciales son semi autónomos y la rama judicial trabaja a nivel nacional y local.

El jefe de Estado es el representante de la república y también el jefe de las fuerzas armadas, este es elegido por voto directo popular por un periodo de cinco años. El jefe de Estado es quien elige al primer ministro que es encargado de muchas funciones del poder ejecutivo, el primer ministro es considerado como jefe de gobierno del país.

El sistema económico del congreso coreano solo tiene una cámara y es denominada Asamblea Nacional. Los que conforman la Asamblea practican mandatos de cuatro años. Los legisladores son un total de 299 y la manera de ser elegidos se divide en 243 que por medio del voto regional y los restantes son por representación proporcional. Los jueces del Tribunal Supremo son seleccionados por el presidente con el

consentimiento del parlamento y esta es considerada la institución judicial más respetada.

La Constitución de La República de Corea ha sufrido varias modificaciones desde el año 1948 en el que fue decretado. Así mismo dicha constitución ha mantenido algunas de sus características menos la pasajera Segunda República de Corea del Sur y esta ha contado con un líder del poder ejecutivo independiente del presidente.

Corea del Sur ha sufrido algunas dictaduras militares desde 1960 hasta 1980, luego de esto el país obtuvo una democracia liberal exitosa. Las primeras elecciones de Corea del sur se dieron el año 1948.

1.12.6. Relaciones exteriores del País

Corea del Sur forma parte de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) manteniendo relaciones de carácter diplomático alrededor de más de 170 países, Desde el año de 1991 Corea del Sur es un estado miembro de la ONU y al mismo tiempo Corea del Norte también lo fue. El Secretario General de la ONU quien también fue ministro de Asuntos Exteriores desarrollo nexos con la Asociación de Naciones del Suroeste Asiático (ANSA) y con la cumbre de Asia Oriental (EAS).

A inicios del año 2007 Corea del Sur y la Unión Europea obtienen acuerdos de libre comercio lo que ocasiono la reducción del comercio entre ambos países. También está negociando un libre comercio con países como Canadá y Nueva Zelanda. En noviembre de 2009 fue la primera vez que una nación pasara a ser miembro pleno luego de recibir ayuda de la OCDE.

1.12.7. Vía Marítima de Corea del Sur

Más de 25 puertos son los que posee Corea del Sur, los principales puertos son Busan, Incheon, Gunsan, Jeju, Mokpo, entre otros; de los cuales Busan e Incheon son los más importantes ya que tienen el mayor tráfico marítimo.

1.12.8. Líneas Navieras

Existen varios operadores que cubren este destino como, Hapag Lloyd, NYK, Bademar; el tránsito de estas líneas navieras es de 36 desde Guayaquil y la ruta es el Océano Pacífico.

1.12.9. Vía Terrestre

La red de carreteras asfaltadas es de 60.952 km, las autopistas se han extendido bastante pero esto no es suficiente ya que por lo general están congestionadas las rutas principales como Seul- Incheon.

1.12.10. Vía Ferroviaria

La vía de ferrocarriles tiene una longitud de 7.223 km, es administrada por empresa pública. La clase de trenes son tres, el de primera clase, express y locales; también tiene un tren de alta velocidad.

1.12.11. Vía Aérea

Corea del sur tiene 105 aeropuertos.

Principales Aeropuertos

El principal aeropuerto es el internacional de Seul que fue inaugurado a finales del año 2001. Es considerado el aeropuerto más moderno del mundo.

1.12.11.1. Documentos para Aduanas

Requisitos para ingreso de mercancías.

Para los envíos comerciales se requiere de: factura, conocimiento de embarque, declaración de precio, certificados de origen, certificados de preferencia arancelaria, requerimiento cumplido bajo el artículo 226 de la Aduana.

Los INCOTERMS más utilizados son CIF para las importaciones y FOB para las exportaciones.

1.12.11.2. Régimen de Muestras

El artículo 27 del código de Administración de Comercio Exterior prevé el propósito de entrada que va a tener el producto ya sea de prueba, degustación, distribución a un mercado determinado. Cuando se trata de alimentos frescos dicho artículo realiza un inspección en el momento de despacho del producto.

1.12.11.3. Empaque y etiquetas

Como generalidades y tendencias, se sabe que el uso del plástico es cada vez más utilizado para el mercado de bebidas ya que es más duradero y económico que los envases de vidrios,

En el área de alimentos notaron los beneficios funcionales como el atún enlatado y bandejas de comidas con los alimentos ya preparados con aluminio desplegable.

Por otro lado la tendencia es el envasado con diseños que destaquen la naturaleza ecológica.

Existen barreras de acceso para el ingreso de productos al mercado por lo cual se deben cumplir unos requisitos por ejemplo, exigencia en etiquetado, envase, normas sanitarias y de calidad.

1.12.11.4. Barreras e incentivos

Por medio de la Ley de Facilitación de las Exportaciones y transporte Acuático, tanto las persona naturales como jurídicas pueden dedicarse a la venta de productos del mar en mercados internacionales siempre y cuando los importadores no requieran Registro Sanitario y Certificados de Origen, debido a que estos documentos son necesarios para el ingreso en mercados internacionales.

Para poder obtener la autorización de la Subsecretaria de Recursos Pesqueros, fuera de los requisitos de salud y calidad que nuestro país establece, los exportadores de productos del mar deben obtener el sello de calidad del Sistema de Análisis de Peligros y Control de los Puntos Críticos en el Ecuador, el objetivo es afirmar la calidad de los productos del mar a nivel de captura,

1.12.11.5. Logística y Distribución

Hoy en día las empresas establecidas en Corea pueden realizar importaciones sin necesitar intermediarios, pero una gran parte sigue utilizando compañías de trading para realizar las importaciones. Las razones por las que prefieren asumir un coste adicional de un intermediario son por el idioma ingles y por la desconfianza.

El sistema de distribución comercial minorista tradicional se divide en dos grupos que son los pequeños comercios familiares y por grandes almacenes, gracias a esto en los últimos años se ha elevado la incorporación de la mujer en el mercado laboral.

Mientras que el comercio de los hipermercados favoreció la crisis a finales de los 90 con mejores precios que otros establecimientos, esto llamo la atención de cadenas extranjeras como Wal-Mart, Tesco y Costco Wholesale que es la que mejor resultados ha obtenido.

Tras dicha aparición de grandes almacenes con altos descuentos Corea se ha enfocado hacia el consumidor de alto poder adquisitivo y a reducir

la gama de productos, realizando ofertas en moda, cosméticos y artículos para el hogar. El método consiste en vez de adquirir directamente productos para su venta le ceden el espacio a fabricantes que en muchos casos suministran personal de ventas.

Distribución

1.12.11.6. Marco Legal de Distribución

El Marco Regulador de la distribución comercial de bienes y servicios entro en vigor en 1981, esta ley promueve la competencia mediante la prohibición de las prácticas monopolísticas y normas que permitan la resolución de conflictos entre las empresas. Por otro lado en 1996 se aprobó el nuevo régimen de distribución comercial que liberaba la venta minorista. En la actualidad no son tan significativas las restricciones de horario de apertura y modalidades de negocio.

1.1.2.11.7. Factura

En este documento se debe indicar las características del producto, el medio de transporte, la cantidad demandada, el lugar de entrega del producto, formas de pago e incluso si existe un pago adelantado; todos estos requisitos deben constar en el contrato internacional de compra y venta.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Cadenas de comercialización

2.1.1. Canales de comercialización y administración de la cadena de suministro

Como definición de mercadeo según Kotler,(2008) el mercadeo es una actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través de procesos de intercambio.

La orientación de ventas tiene un enfoque organizativo hacia adentro, el negocio de la empresa son las ventas de productos y servicios quienes trabajan para todo el mundo, la meta primaria es el volumen máximo de ventas y sus herramientas principalmente es la promoción (Serra, 2005).

Mientras que la orientación de mercado tiene un enfoque organizativo hacia afuera, el negocio de la empresa es satisfacer necesidades y deseos quienes trabajan para grupos específicos de personas, la meta primaria es la satisfacción de clientes y sus herramientas es mantener un uso coordinado de todas las actividades de mercadeo.

Las funciones universales de mercadeo se clasifican en separación (brecha) y solución: La separación consta de conocimiento, distancia, tiempo, propiedad, cantidad y surtido; la solución consta de investigación de mercados y promoción, transporte, almacenajes, venta, compra, financiamiento, riesgo, estandarización y clasificación.

2.1.2. Canales de mercadeo

El canal de comercialización es una organización independiente que se encarga de facilitar la transferencia de propiedad y según los productos se mueven del productor al usuario de negocios o al consumidor.

Según (Lozano, 2006) la cadena de suministro es la cadena conectada con todas las entidades de negocio tanto internas como externas a la empresa las cuales realizan o apoyan la función logística.

Las funciones importantes que realizan los canales de mercadeo son: especialización y división de labor, superar discrepancias y proveer eficiencia de contacto.

Tienen una división de labor donde los intermediarios proveen economías de escala, ayudan a productores que carecen de recursos para mercadear directamente y construyen buenas relaciones con los clientes.

Para Serra, (2005) la manera de superar la discrepancia de cantidad es ver la diferencia entre la cantidad de producto producida y la cantidad que un usuario final quiere comprar. Mientras (Lozano, 2006) dice que la discrepancia de surtido se supera por medio de la falta de todos los artículos que un cliente necesita para recibir una satisfacción completa de un producto o de varios productos. También existe discrepancia de tiempo que es superada la situación que ocurre cuando un producto es producto pero el cliente no está listo para comprarlo y la discrepancia de lugar se supera por medio de la diferencia entre la localización del productor y la localización de mercados esparcidos ampliamente.

Existen 3 clases de intermediarios el detallista que es un intermediario que vende principalmente a consumidores finales, el distribuidor mayorista que una organización que compra bienes de los productores, toma título de los bienes, los almacena, los revende y los distribuye físicamente, los agentes de brokers son intermediarios mayoristas que facilitan la venta del producto representando al miembro del canal de comercialización.

Las funciones que realizan los intermediarios son tres: las funciones transaccionales que se encargan de contactar o promover, negociar y tomar riesgo; las funciones logísticas se encargan de la distribución física, de almacenar y clasificar; las funciones facilitantes son las que investigan y financian.

Gráfico No. 3



Arreglos alternativos de canales: Se pueden usar canales diferentes

El sistema de marketing horizontal se trata de dos o más compañías del mismo nivel de canal se unen para aprovechar una nueva oportunidad de marketing como por ejemplo bancos en supermercados.

El sistema híbrido de marketing se trata de una firma que establece dos o más canales de marketing para alcanzar uno o más segmentos de consumidores como por ejemplo catálogos, detallistas y cuerpo de ventas.

2.1.3. La intensidad de distribución

La intensidad de la distribución se divide en niveles:

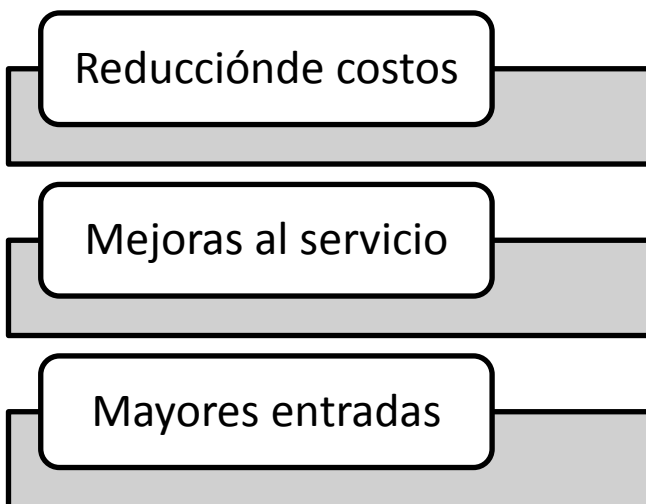
Intensivo: El objetivo es lograr una venta masiva y poseer productos de conveniencia siempre y cuando el número de intermediarios sean muchos.

Selectivo: Tiene como objetivo trabajar con intermediarios selectos y el número de intermediarios son varios.

Exclusivo: El objetivo es trabajar con un solo intermediario mediante productos de especialidad y el número de intermediarios es solo uno.

Beneficios de la administración de la cadena

Gráfico No. 4



2.1.4. Almacenaje y manejo de materiales

El almacenaje se caracteriza por tener cuatro funciones básicas, en primera instancia se recibe la mercancía luego se identifica y agrupa para poder ser despachada a los diferentes almacenes temporarios y se concluye recogiendo la mercancía para el envío pertinente

2.1.5. Criterios para Escoger Medios de Transporte

Los criterios para escoger medios de transporte son el costo relativo, tiempo en tránsito, confiabilidad, capacidad, acceso y rentabilidad todos estos medios dependen de la modalidad que se escoja ya sea por aire, tierra o mar.

Gráfico No. 5



2.2 Cadenas de comercialización en productos del mar

2.2.1 Comercialización

La comercialización de los productos del mar- pescado es una etapa tan importante como la producción, y en muchas empresas puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad.

El mercado pesquero se comporta casi como un mercado de competencia perfecta, donde vendedores y compradores tienen alto grado de atomización, y, si bien es cierto que los productores no pueden influenciar el mercado por ese gran grado de atomización que presentan, hay herramientas a su disposición que permiten que un productor logre diferenciarse de otro que comercializa el mismo producto: calidad del producto, cobertura de precios, contratos anuales de producción, son algunas de ellas.

En el presente capítulo se hará referencia a la comercialización de productos del mar: peces y de mayor relevancia: atún, salmón, bacalao y merluza.

2.2.1.1 Comercialización de productos del mar

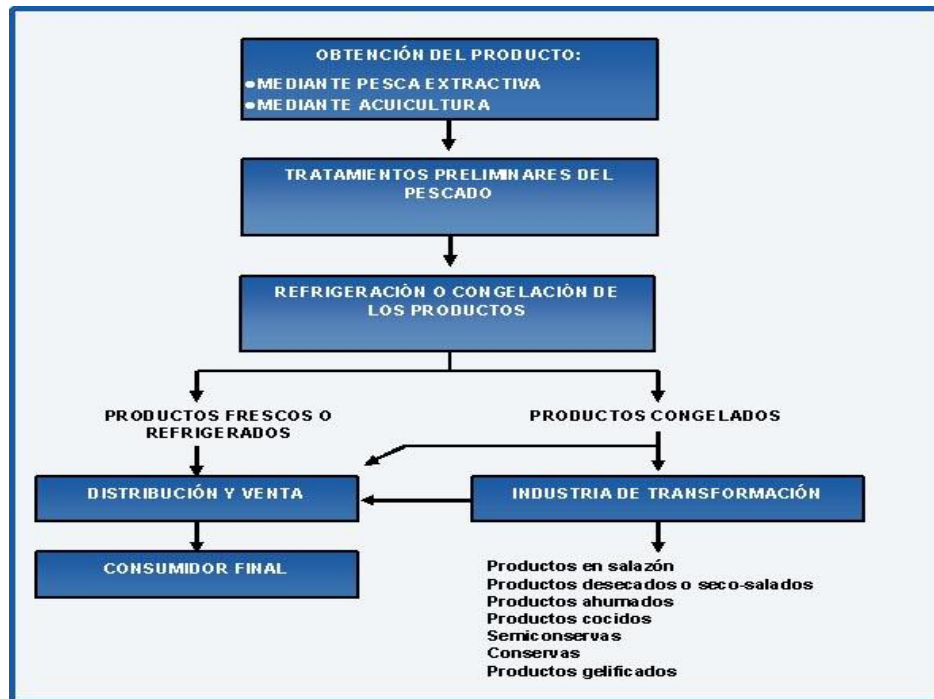
Estándares y bases de comercialización

Las normas y condiciones de comercialización de la mayoría de los pescados están reguladas por ciertos estándares o bases que establece la Secretaría de Pesca de la Nación. Se denomina estándares de comercialización a las tablas que regulan los pescados. Los gastos en los que incurre el productor dependen de la forma en que se comercialice su mercadería. Básicamente, el productor tiene dos modalidades de venta.

- Fletes: uno denominado “corto” o “acarreo”, que transporta la mercadería desde la pesca hasta las empacadoras, y otro denominado “largo” que transporta la mercadería desde el empaquetado hasta el destino final (exportador, industria, etc.).
- Comisiones: Pago a los pescadores por ser intermediarios del negocio.
- Acondicionamiento: En concepto la limpieza de la mercadería.

Ciertos productores pesqueros de gran escala, exportan directamente su producción. El siguiente diagrama representa los canales de comercialización.

Gráfico No. 6



Se han determinado 4 tipos de cadenas que representan el 97% de la comercialización. La producción proveniente de los armadores de barco tienen 4 principales destinos: procesadores, comerciantes, industria y exportador. El primero y más importante son los comerciantes, el segundo las plantas procesadoras. Otras 2 vías menos importantes son la venta directa a la industria y al exportador.

2.3 Metodología

2.3.1 Tipo y diseño de investigación.

El tipo de investigación que se aplica en el proyecto es:

Documental.- La investigación es de tipo documental, porque se recopilará información escrita de la comercialización del pescado hacia otro país y las diferentes estrategias.

De Campo.- La investigación es de campo porque la técnica de recopilación de datos, y el análisis es producto de los hechos reales y acontecimientos, siendo las herramientas que usamos la encuesta, y la observación directa.

La siguiente investigación es de diseño no experimental debido a que las siguientes variables:

- Inoportuna toma de decisiones.
- Reestructuración de los procesos.

Descritas en la hipótesis no serán afectadas de manera directa, además es transaccional por que se usará en un solo momento en el tiempo.

2.3.2 La población y la muestra.

2.3.2.1 Características de la población.

La población a la que está orientada la presente investigación es de 480 armadores de barcos y navieros en la ciudad de Manta.

2.3.2.1.1 Delimitación de la población.

Los datos del número de encuestados (480) datos según fuentes del autor de la investigación.

2.3.2.2 Tipo de muestra

El tipo de muestra es no probabilística porque no se van a usar al azar sino que se van a generar en base al criterio propio del investigador.

2.3.2.2.1 Proceso de selección.

No se considera datos específicos, sino al azar, correspondiente a los señores armadores de barcos y navieros.

2.3.3. Los métodos y las técnicas.

2.3.3.1 Métodos de la investigación

Los métodos de investigación utilizados en el proyecto son:

Deductivo.-Se usa este método porque es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular.

Sintético.-La investigación está basada en unir todos los elementos que tenemos para formar un todo, y ver el complemento de cómo se desarrolla el transporte de pescado en el puerto de Manta.

Estadístico.-Sirvió para poder tomar muestreos de la información recopilada y así analizar los objetivos indicados en primera instancia.

2.3.3.2 Técnicas e instrumentos de la investigación.

En la investigación que se llevó a cabo, se hizo uso de la técnica de encuesta, pudiendo plantear respuesta a las hipótesis enunciadas.

CAPÍTULO III

3.1. Análisis de la situación actual

Problemática en el sector

Según el estudio realizado se puede determinar que varios de los problemas que los exportadores deben de enfrentar son:

Nivel de Competencia Externa

- Los Países competidores como Costa Rica, Filipinas y Tailandia tienen precios más bajos.

Nivel Logístico

- El puerto de Manta tiene una baja capacidad de operación.
- En los puertos el índice de robos es muy alto, por ende las aseguradoras no se hacen cargo de estas pérdidas.
- Los contenedores frigoríficos no se abastecen ya que en la actualidad le dan prioridad al camarón más no al pescado.

Nivel Gubernamental

- Los permisos del (INP) Instituto Nacional de Pesca se tardan en ser entregados debido a que se necesitan los certificados de captura y el certificado de origen en la Subsecretaría de Pesca.

3.2. Encuestas

Análisis de encuestas

Pregunta No. 1 ¿Se realizan exportaciones de pescado hacia otros países?

Tabla N. 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Ocasionalmente	100	20,83
Poco	250	52,08
Siempre	130	27,08
Total	480	100%

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Gráfico No. 7



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.- De los señores armadores de barcos y navieros 250 de ellos que corresponde al 52,08% manifestaron que se realizan pocas exportaciones de pescado hacia otros países; 130 de los encuestados; los que representan un 27,1% del total; dijeron que siempre realizan estas comercializaciones del producto, y el 20,83% (100 encuestados) respondieron que las exportaciones solo se realizaban de manera ocasional. De las respuestas obtenidas puede inferirse que los niveles de exportaciones se quedan por debajo de las potencialidades con que cuenta el país.

Pregunta No. 2 ¿Qué países compran el producto?

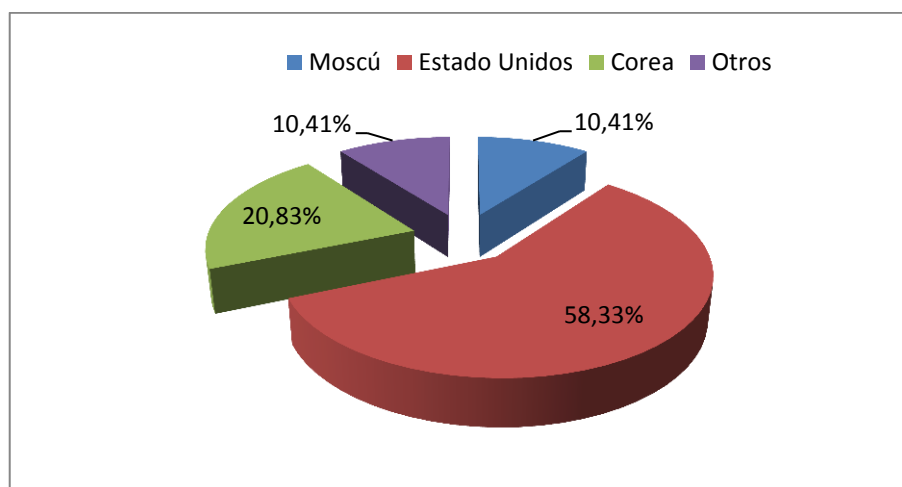
Tabla N. 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Moscú	50	10,41
Estados Unidos	280	58,33
Corea	100	20,83
Otros	50	10,41
Total	480	100%

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Gráfico No. 8



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.- Los encuestados manifestaron en su mayoría es decir 280 de ellos que el país que compra el producto es Estados Unidos con un total del 58,33%; seguido por Corea que manifestaron 100 de ellos con un total de 20,83%; para Moscú dijeron 50 al igual que los otros 50 respondieron que se dirigían a otros países con un 10,41% cada uno.

Pregunta No. 3 ¿Cuánto es el mínimo pedido de un contenedor?

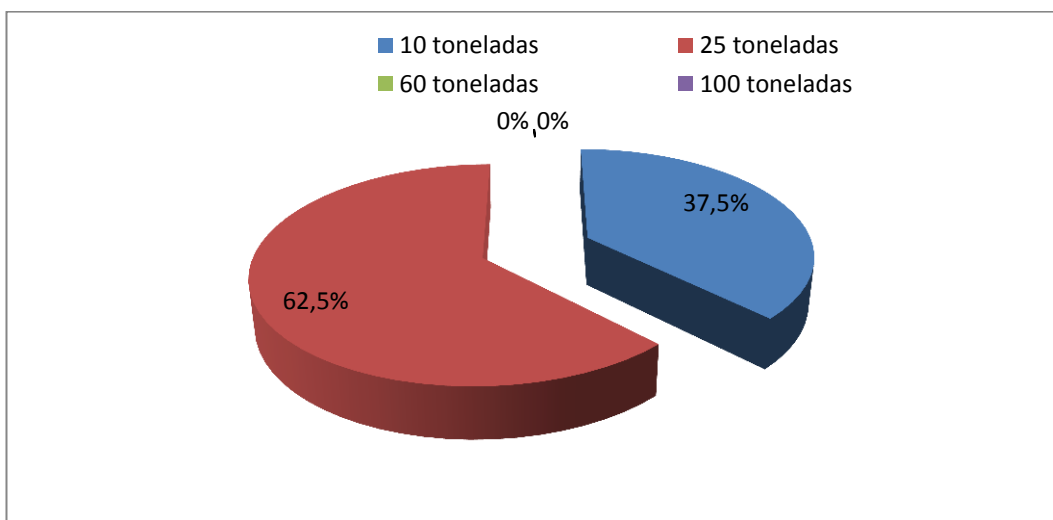
Tabla N. 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
10 toneladas	180	37,5
25 toneladas	300	62,5
60 toneladas	0	0
100 toneladas	0	0
Total	480	100%

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Gráfico No. 9



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.- Se aprecia claramente que de los 480 encuestados la mayoría manifestó que el mínimo pedido de un contenedor es de 25 toneladas con un total del 62,5% y sólo 180 de ellos dijeron que era de 10 toneladas correspondiendo al 37,5%.

Pregunta No. 4 ¿Qué factores influyen en la cadena de exportación de pescado?

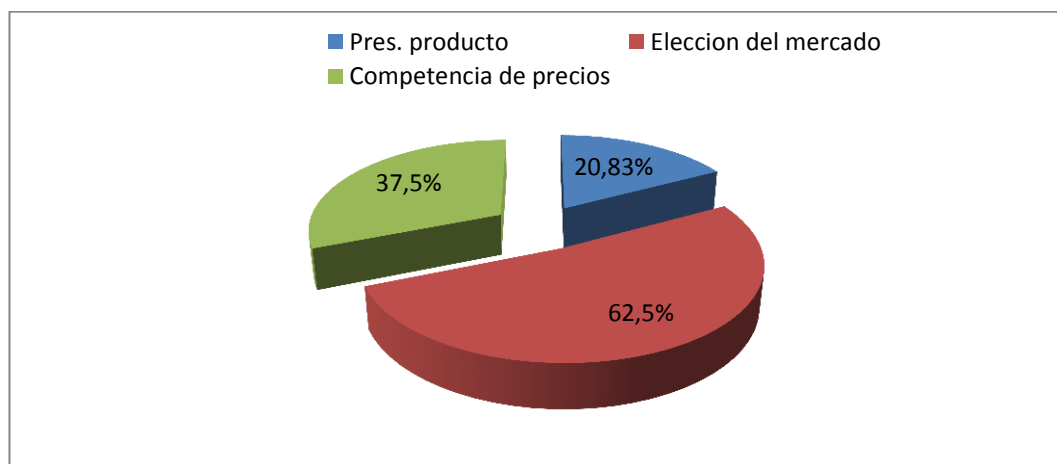
Tabla N. 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Presentación del producto	100	20,83
Elección del mercado	300	62,5
Competencia de precios	180	37,5
Total	480	100%

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Gráfico No. 10



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.- Los señores encuestados manifestaron un promedio de 300 de ellos que el factor que influyen en la cadena de exportación de pescado es la elección del mercado con un 62,5%; 180 dijeron que era por la

competencia de precios un total de 37,5% y sólo 100 encuestados dijeron que era debido a la presentación del producto correspondiendo así al 20,83%.

Pregunta No. 5 ¿Qué modelos de comercialización de transporte marítimo prefiere el mercado coreano?

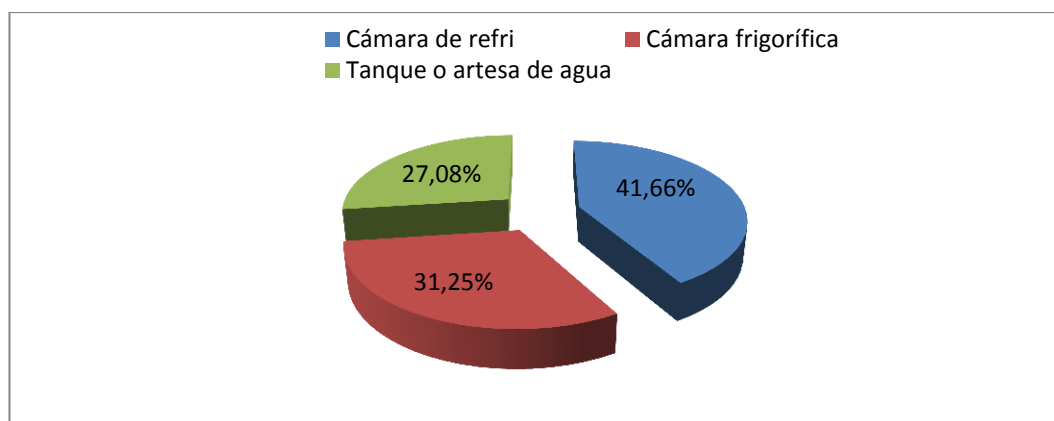
Tabla N. 13

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Cámara frigorífica	200	41,66
Cámara de refrigeración	150	31,25
Tanque o artesa de agua	130	27,08
Total	480	100%

Elaboración El autor

Gráfico No. 11



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.- De los 480 encuestados 200 de ellos respondieron que los prefieren en cámaras frigoríficas con un promedio del 41,66%; 150 de ellos manifestaron que los prefieren en cámara de refrigeración resultando el 27,08% y sólo 130 de ellos respondieron que es en tanque o artesa de agua con un promedio del 27,08%.

Pregunta No. 6 ¿Cuáles son los inconvenientes que tiene para transportar pescado?

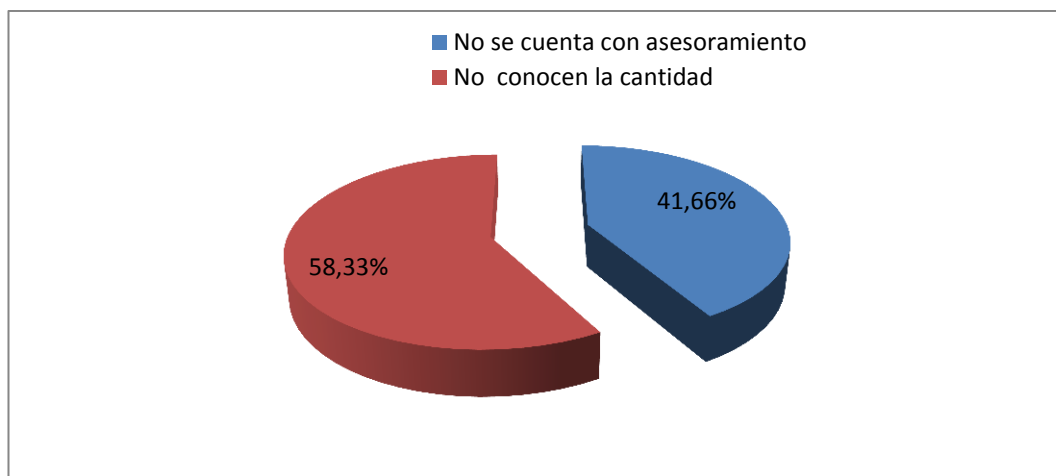
Tabla N. 14

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
No se cuenta con asesoramiento técnico	200	41,66
No conocen con certeza la cantidad que hay que transportar	280	58,33
Total	480	100%

Gráfico No. 12



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.- Entre los inconvenientes que existen para transportar el pescado la mayoría de ellos manifestaron que es el no conocer con certeza la cantidad que hay que transportar con un total del 58,33% y sólo 200 dijeron que es porque no se cuenta con asesoramiento técnico en un total del 41,66%

Pregunta No. 7 ¿Qué alternativas propondrían usted para optimizar el proceso de transporte marítimo de pescado hacia el mercado coreano?

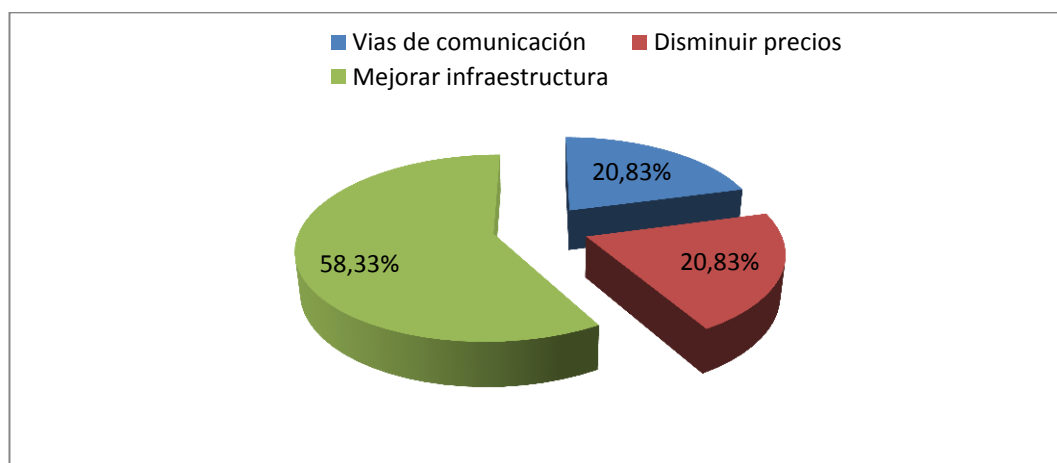
Tabla N. 15

Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Vías de comunicación suficiente	100	20,83
Disminución de costo de medio de transporte	100	20,83
Mejorar la infraestructura y los servicios de frío para el manejo y la conservación de la producción pescado	280	58,33
Total	480	100%

Gráfico No. 13



Fuente: Encuesta a armadores de barcos y navieros en la Ciudad de Manta

Elaboración El autor

Análisis.-280 de los encuestados manifestaron que se debe mejorar la infraestructura y los servicios de frío para el manejo y la conservación de la producción pescado con un promedio de 58,33% 100 dijeron que se

debe disminuir de costo de medio de transporte correspondiendo al 20,83% al igual los otros 100 encuestados coincidieron que se mejoren las vías de comunicación suficiente con un 20,83.

3.3. ANALISIS FODA

<p>Fortalezas</p> <p>Alto impacto socio económico sobre el territorio Nacional.</p> <p>Gama de productos del mar existentes en el país.</p>	<p>Debilidades</p> <p>Poca inversión en capacitación técnica en el sector.</p> <p>Falta de infraestructura portuaria apta para los productos del sector.</p> <p>Informalidad, sin permisos de pesca.</p> <p>Falta de seguridad en la navegación.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Crecimiento del mercado Coreano.</p> <p>Aumento de la demanda de consumo de calidad pescado en Corea</p>	<p>Amenazas</p> <p>Inestabilidad política del país</p> <p>Tramites caros y difíciles para la otorgación de permisos de captura, venta y comercialización directa.</p> <p>Nuevas competencia en el sector por parte de otros países</p>

3.4. Puntos Críticos

- Demora en otorgar requisitos y certificados por medio de la subsecretaría de pesca.
- El gobierno Ecuatoriano está fomentando el cambio de la matriz productiva con el programa (Ecuador exporta al mundo) lo que generara una mayor oferta exportable.
- Control de calidad de la producción pesquera, en todas sus fases.
- Capacitación de mano de obra calificada para operaciones de pesca o navegación, que en la actualidad limita la eficiencia de las operaciones.
- Mejorar las condiciones de manipuleo, conservación y comercio de los productos de la pesca.

- Los contenedores frigoríficos no abastecen el mercado pesquero.

3.5. Propuesta

- Una de las opciones que tienen las empresas exportadoras es el gelpack método alternativo que se está implementando debido a la no disponibilidad de contenedores frigoríficos
- Sistematizar los procesos como son los permisos del INP para poder ahorrar tiempo.
- Puerto de Manta es considerado bajo el programa de control de contenedores en los Puertos marítimos
- Alianzas estratégicas con países del continente asiático para mejorar la logística del transporte, capacidad y disponibilidad.
- Para evitar los desfalcos se implementan sistemas tecnológicos de seguridad como dispositivo de rastreo y cámaras que faciliten el reconocimiento facial.

3.5.1. Aspectos a considerar para mejorar la propuesta de la cadena de comercialización

Vale enfocarse en los factores de éxito tanto de las empresas ecuatorianas de pescado, como en las recomendaciones de los compradores de Corea del Sur internacionalmente y superar las limitaciones que podrán liberar el potencial de exportación pesquera. Las principales recomendaciones son las siguientes que son divididas por campos:

- a) Formalización de mercados
- b) Observación de las regulaciones de mercados
- c) Economías de escala
- d) Identificación de contactos comerciales
- e) Estrategia de mercadeo y ventas.
 - a) Mercados organizados de mariscos. Para garantizar el desarrollo sostenible y la exportación con mayor valor agregado la principal acción es el impulsar las relaciones comerciales sobre bases predecibles y formales. Como por ejemplo:

- Diversificar la oferta exportable y consolidar la oferta actual.
 - Se debe impulsar la capacitación de los agentes públicos y privados, es preferible que sea a nivel de aglomerados en los aspectos centrales de los procesos de exportación de pescado.
 - Que exista una oferta permanente de productos del mar.
- b) Hoy en día los mercados de destino del pescado son más observados. Cada vez es más exigente en cuanto al cumplimiento estricto de las normas y las regulaciones internacionales existentes. Un ejemplo de estas observancias son:
- Que los empaques usen las etiquetas y la información requerida por Corea del Sur.
 - Cumplir con los estándares aplicados en el mercado de Corea del Sur.
 - Saber cómo operan las autoridades en el mercado de destino.
- c) A lo largo de la cadena productiva y las economías de escala en la producción y captura de mariscos vale promover la asociación de los productores. La manera más correcta de obtener una oferta exportable competitiva, que se de calidad estandarizada y con volúmenes significativos, esto varía según las circunstancias del mercado ecuatoriano, es conseguir una sociedad entre productores que permita superar las limitaciones y aprovechar el potencial que el país tiene frente a la competencia en los mercados internacionales.
- Se debe invertir en los factores de gestión de la calidad y del ambiente ya que estos factores son los que as concurren en los mercados internacionales y en los niveles de competitividad.
 - La capacitación y los recursos humanos deben ser desarrollados. Principalmente en los administradores de las empresas, productores; esto ayuda a que exista una lógica empresarial y el saber aprovechar las oportunidades de mercados.
 - Invertir en la infraestructura tecnológica es clave para tener un sistema informativo entre unidades exportadoras y productoras.
- d) Una de las piezas claves de los contactos comerciales es la actividad permanente y dinámica de conocimiento informativo para

el éxito de la exportación. Para tener un buen posicionamiento se debe:

- Invitar a potenciales compradores de pescado a conocer la oferta de exportación.
- Familiarizarse con el sistema de mercado de Corea del Sur.
- Asistir a eventos internacionales de la industria pesquera para empezar a tener un renombre.

e) Para el mercado del pescado se requiere una estrategia de ventas y mercadeo.

- Segmentar los mercados, trata de buscar cuales son los mercados atendibles y defendibles con ventaja.
- Realizar planes operativos de internacionalización enfocado en el mercado de Corea del Sur con estrategias para exportar a dicho país.
- Identificar cuáles son las necesidades de Corea del Sur para su expansión e innovación.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

De los resultados de la investigación se arriban a las siguientes conclusiones:

- Luego de la investigación realizada se determinó que los actores que influyen en la cadena de comercialización del pescado están relacionados con el proceso de producción. Los armadores de barcos definen las estrategias de extracción del pescado, cuya limitantes están ligadas al manejo del sistema de frío del pescado, esto repercute en el precio del pescado. Las empacadoras determinan las fases de procesamiento de preparación del producto para destinarlo a los mercados de consumo, en esta parte, el cuidado manejo del producto es importante, ya que se requiere de normas de calidad en el envasado del producto. Los distribuidores tanto para mercado nacional como extranjero son determinantes en la cadena de comercialización, que requieren de mucha capacidad instalada así como estrategias logísticas para el traslado del producto con un justo a tiempo y calidad total.
- La mayor parte de la comercialización se debe realizar bajo la presentación de un producto congelado (filetes) con las normas establecidas en Corea del Sur, Basándose en el empaquetado, etiquetas y sobre todo los registros de sanidad
- Las estrategias para la optimización de la comercialización del pescado deben estar orientados a solucionar los puntos críticos de la cadena de frío de transportación del pescado. Lograr gestionar en un menor tiempo los permisos de extracción del pescado ante las instituciones pertinentes. Buscar las formas de aprovechamiento de la capacidad instalada que tiene el puerto de Manta para el sector. Mejorar las habilidades de negociación con los mercados asiáticos a través de gestiones gubernamentales. Mejorar los sistemas tecnológicos de seguridad y rastreo en el proceso de extracción del producto.

4.2 RECOMENDACIONES:

A partir de los resultados y conclusiones de la presente investigación se recomienda lo siguiente:

- Es importante que los armadores modernicen sus barcos a través de tecnologías de localización de captura del pescado, esto ayudaría a incrementar la capacidad de extracción y almacenamiento reduciendo los costos a través de economías de escala. De la misma manera, los sistemas de transporte debe mejorar sus cadenas de frío para que el producto logre un óptimo nivel de calidad a su llegada al mercado coreano. Para este desarrollo es importante que existan políticas gubernamentales que apoyen al sector tanto en la parte financiera como en la comercial de los productos.
- Aplicar especificaciones que exige el mercado Sur Coreano cumpliendo las normativas rigurosas que demanda el mercado de destino.
- Aprovechar las ventajas competitivas que ofrece el puerto de Manta al sector generando mejores instalaciones para los procesos de la cadena de frío, mejorando la gestión portuaria para que exista mayor oferta de transporte, definir una política estratégica comercial a nivel nacional para este tipo de productos y mejorar las acciones comerciales del gobierno en la búsqueda de nuevos mercados que beneficie al sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu Fernández, Alberto (2006); Transporte Marítimo. Editorial Félix Varela, La Habana.
- Castro, P. and M. Huber.(2003). Estudio para la cadena productiva de la industria pesquera en América del Sur. Boston, Usa
- Salén, Henrik (1994). El nuevo contexto de la distribución comercial. Madrid, España.
- Frias, Arturo. (2012). Diez estrategias logísticas. Santa Fe, Colombia.
- Flor R. (2000). Organización y Procesos Empresariales, 4ta. Edic. Asunción, Paraguay
- Galiana, Jaime. (2004) Importancia del Transporte.
- Tejero, Juan. (2000). Soluciones estratégicas, transporte de mercancías. Madrid , España
- Garcia, Gomez, Henry. (2008) Estrategias y Planeación en Logística. Barcelona, España.
- Offerbacher, Heiner. (2006) Strategic Logistics Managment .Norderstedt, Germany.
- Martir, Christophor.(2008). Logística, Aspectos Estratégicos. Limusa.(S,A)
- Zanetti, O (2007) “Las manos en el dulce” Editorial de Ciencias Sociales: La Habana.
- Lozano, Juan. (2006). Sistema Integral de Operaciones. FUND. Confemental (S,A)

- Lardent, Alberto R, (2001) Sistema de información para la gestión empresarial. Buenos Aires, Argentina.
- Aitor Urzelainza; 2006 "Manual Básico de Logística Integral", Días de Santos,
- August Casanovas/ Cuatrecasas, Lluís, 2000, 2003. Logística Empresarial
- Daniel Serra de la Figuera Ediciones Gestión 2000, 2005; "La Logística Empresarial en el Nuevo Milenio"
- Garay, Reinaldo.(2008) Problemas del transporte marino. Lima, Perú.

Documentos obtenidos en un sitio web:

- EMBAJADA DEL ECUADOR (s.f.). Oferta exportable. Recuperado de <http://www.embajada-ecuador.ru/comercial/index.php/es/oferta-exportable-del-ecuador/pescados/274-productos-de-mar.html>
- PROECUADOR. (s.f.). Instituto de promoción de exportaciones. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/areas/promocion-de-exportaciones/sectores-priorizados/sectores/#pesca>
- PROECUADOR (s.f). Perfil Logístico. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-COREA_DEL_SUR.pdf
- INEC. (s. f.). Estadísticas Empresariales. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

- FICHA PAIS Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichapais/84303237RADB568A.PDF>