



**UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ
“UNESUM”**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

ECONOMISTA

TEMA:

**“LA COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE E INCIENSO DEL PALO
SANTO (BURSERA GRAVEOLENS) Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN
LA COMUNA QUIMIS DEL CANTÓN JIPIJAPA”**

AUTORA:

Pinela Gómez Walther Rene

TUTORA:

Ec. Viviana Loor Carvajal, Mg. A.P.

Jipijapa

Manabí

Ecuador

2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Economista Viviana Loor Carvajal, Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí “UNESUM” en calidad de Tutora de la Unidad de Titulación, de la Carrera Gestión Empresarial, sobre el tema: **“La comercialización del aceite e incienso del palo santo (*Bursera graveolens*) y su impacto económico en la comuna Quimis del cantón Jipijapa”**

CERTIFICA

Que el mencionado trabajo está concluido en su totalidad y ha sido realizado bajo mi tutoría, con vigilancia periódica en su desarrollo y elaborado con entera responsabilidad por el egresado de la carrera Gestión Empresarial: **Pinela Gómez Walther Rene, C.I. 131155549-2**, con el fin de obtener el Título de Economista, de conformidad con las disposiciones reglamentarias, establecidas para el efecto.

Jipijapa, 03 de agosto de 2018



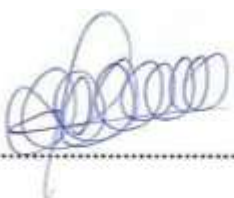
Ec. Viviana Loor Carvajal, Mg. A.P.
TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL**“LA COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE E INCIENSO DEL PALO SANTO
(BURSERA GRAVEOLENS) Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LA COMUNA
QUIMIS DEL CANTÓN JIPIJAPA”****Autora:** Pinela Gómez Walther Rene**PROYECTO DE INVESTIGACION**

Sometida a consideración del Tribunal de Revisión, Sustentación y Legalización de la Unidad de Titulación de la Carrera Gestión Empresarial – Facultad de Ciencias Económicas, como requisito previo a la obtención del Título de **Economista**.

Ing. Mariana Cantos Figueroa
Presidente del Tribunal de Sustentación.


.....

Econ. Paco Granoble Chancay
Miembro del Tribunal de Sustentación.


.....

Econ. Carlos Zea Barahona
Miembro del Tribunal de Sustentación.



.....

Jipijapa 06 de Septiembre de 2018

DECLARATORIA SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR

La responsabilidad de la investigación, teorías, ideas, análisis, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuesta planteados en el presente proyecto de tesis son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Así mismo, autorizo a la UNESUM para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



Pinela Gómez Walther Rene
C.I. 131155549-2

Jipijapa, 03 de agosto de 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para salir adelante.

A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

A mis amigos y compañeros con los que compartí durante estos ciclos de estudios.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este trabajo investigativo.

Pinela Gómez Walther Rene

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida.

A mis padres, por ser los más importantes y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

También dedico este proyecto a mi esposa, compañera inseparable de cada jornada. Ella representó gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio.

A mi hijo quiero manifestarle mi cariño de una manera especial ya que comparte conmigo los momentos más difíciles de mi vida, que esta meta sea un ejemplo para que se inspire a conseguir todo lo que se proponga.

A todos les dedico este logro y les reitero que nada es imposible sigan siempre adelante y de cada debilidad construyan una oportunidad.

Pinela Gómez Walther Rene

INTRODUCCIÓN

El Ecuador cuenta con miles de plantas medicinales, las cuales fueron utilizadas por nuestros aborígenes con fines médicos. Con el pasar de los siglos, estas han sido empleadas en forma empírica, lo cual abre las puertas para realizar distintas investigaciones para descubrir posibles principios activos que justifiquen sus usos terapéuticos.

Los aceites esenciales, resinas, extractos y especias son conocidos y utilizados desde la antigüedad en gran número de aplicaciones: perfumes, ambientadores, cosméticos, medicinas. Existen referencias en manuscritos egipcios, chinos y hay alrededor de 200 citas en la Biblia relacionadas con estas sustancias. (Ortuño F, 2006)

Desde esta perspectiva se hace imprescindible realizar la investigación, sobre la comercialización del aceite e incienso del palo santo y a la vez conocer que impacto ha generado la venta de este producto para el desarrollo económico de la comuna Quimis del cantón Jipijapa. Además, los aceites esenciales son productos más eficientes y accesibles con las legislaciones ambientales a nivel internacional.

Cuya finalidad u objetivo fue determinar cómo se comercializa el aceite e incienso del palo santo y que impacto genera para la comuna Quimis del cantón Jipijapa, Desde este enfoque se busca conocer las capacidades de utilización del palo santo y que extractos de esencias finas y aromáticas se elaboran, donde le dan un alto valor agregado a esta especie maderable que crece en el bosque seco tropical de este sector. Es por eso que es necesario identificar qué control de calidad se lleva para extraer el producto, como se comercializa y que canales de distribución se utiliza, por cuanto en la actualidad es de interés la

extracción de este aceite esencial que es muy usado en la industria de la perfumería y cosmética.

Este proyecto está estructurado en doce puntos; el primero hace referencia al título del proyecto, el siguiente hace énfasis al problema de investigación donde define, formula el problema y se plantean la pregunta principal y las Subpreguntas.

El tercero detalla los objetivos del proyecto el objetivo general y los objetivos específicos. El siguiente punto trata sobre al Marco Teórico donde se hace referencia a los antecedentes, las Bases Teóricas y la parte conceptual de las variables. En el sexto punto se plantean la hipótesis general y las específicas. Así mismo se detalla la metodología, se indica los métodos, las técnicas y los recursos que se emplearon para el estudio de campo como para el análisis de los datos obtenidos.

En el octavo punto se realizó el presupuesto que se destinó para esta investigación, en el punto noveno se realizó el análisis y tabulación de datos para definir los resultados y Discusión del objeto de estudio, así como las conclusiones y las recomendaciones, el punto décimo se elaboró el cronograma de actividades y en el décimo primero se puntualizó la bibliografía y en el último punto se hace referencia a los Anexos.

RESUMEN

Bursera graveolens, “palo santo”, es una especie forestal representativa y de importancia en el bosque seco, ha sido utilizada desde épocas remotas como remedio para curar dolores estomacales, sudoríficos y como linimento para el reumatismo, la madera seca es utilizada como incienso. Actualmente uno de los usos industriales de la especie es la extracción de aceites esenciales, que los obtienen principalmente de los frutos. Por lo indicado, se hace necesario investigar cómo se comercializa el aceite e incienso de palo, a quienes se realiza la venta, o que canales de distribución se utiliza. Desde esta perspectiva se hizo un diagnóstico para evidenciar que problemas existen en el sector a la hora de comercializar el producto y que herramientas son de gran utilidad para la venta. La metodológica que se utiliza es de campo porque se lo realizó en el mismo lugar del objeto de estudio, así como los métodos inductivo, deductivo y estadístico, las técnicas utilizadas fueron la entrevista al Presidente de la Asociación 25 de Julio y a las 58 personas involucradas en la venta de aceite incienso y otros productos derivados del palo santo, Además comercializan otros productos. Los resultados emitidos en base a la investigación, donde se pudo evidenciar que solo el producto es comercializado 70 litros de aceite a los Estados Unidos, la venta lo realizan en su mismo lugar, es decir en la comuna Quimis, La calidad del producto es excelente, no es contaminante, más bien ayuda a proteger el ambiente. De igual manera el impacto generado por las ventas es factible, a la vez les ayuda a obtener mayores ingresos para mejorar su calidad de vida.

-
-

Palabras claves: Impacto, calidad, ventas, comercialización

SUMMARY

Bursera graveolens, "palo santo", is a representative forest species and of importance in the dry forest, it has been used since ancient times as a remedy to cure stomach pains, sudorific and as a liniment for rheumatism, dry wood is used as incense. Currently one of the industrial uses of the species is the extraction of essential oils, which are obtained mainly from the fruits. Therefore, it is necessary to investigate how the oil and stick incense is sold, to whom the sale is made, or which distribution channels are used. From this perspective a diagnosis was made to show what problems exist in the sector when marketing the product and which tools are very useful for sale. The methodological used is field because it was done in the same place as the object of study, as well as the inductive, deductive and statistical methods, the techniques used was the interview with the President of the Association July 25 and the 58 people involved In the sale of oil, incense and other products derived from palo santo, they also market other products. The results issued on the basis of the investigation, where it could be shown that only the product is sold 70 liters of oil to the United States, the sale is made in its place, that is, in the commune of Quimis, the quality of the product is excellent, It is not polluting, rather it helps protect the environment. In the same way, the impact generated by sales is feasible, at the same time it helps them to obtain higher income to improve their quality of life.

Keywords: Impact, quality, sales, marketing

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| CONTENIDO | |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL | iii |
| DECLARATORIA SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA | vi |
| INTRODUCCIÓN | vii |
| RESUMEN | ix |
| SUMMARY | x |
| ÍNDICE DE CONTENIDO..... | xi |
| ÍNDICE DE TABLAS | xiii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xiv |
| I.- TÍTULO DEL PROYECTO | 1 |
| II.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 2 |
| a.- Definición del problema..... | 2 |
| b.- Formulación del problema | 4 |
| c.- Preguntas derivadas – sub preguntas | 4 |
| III.- OBJETIVOS..... | 5 |
| 3.1.- Objetivo general..... | 5 |
| 3.2.- Objetivos específicos | 5 |
| IV.- JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| V.- MARCO TEÓRICO..... | 8 |
| 5.1.- Antecedentes..... | 8 |
| 5.2.- Bases Teóricas | 12 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 5.3 Marco Conceptual | 35 |
| VI.- HIPÓTESIS | 39 |
| 6.1.- Hipótesis general | 39 |
| 6.2.- Hipótesis específicas | 39 |
| VII.- METODOLOGÍA | 40 |
| a.- Métodos | 40 |
| b.- Técnicas | 41 |
| c.- Recursos | 42 |
| VIII.- PRESUPUESTO | 43 |
| IX.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 44 |
| Resultados | 44 |
| Discusión | 49 |
| Conclusiones | 51 |
| Recomendaciones | 52 |
| X.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 53 |
| XI.- BIBLIOGRAFÍA | 54 |
| XII.- ANEXOS | 56 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla N° 1: Importante el cultivo de palo santo..... | 58 |
| Tabla 2: Aprovechar los derivados del palo santo..... | 59 |
| Tabla 3: Mejorar la economía de la localidad | 60 |
| Tabla 4: Mejorar el consumo del palo santo. | 61 |
| Tabla 5: Condiciones necesarias para elaborar el aceite del palo santo | 62 |
| Tabla 6: Ventaja competitiva para comercializar el aceite e incienso de palo santo..... | 63 |
| Tabla 7: Comercializar exitosamente aceite e incienso de palo santo | 64 |
| Tabla 8: Canales de distribución..... | 65 |
| Tabla 9: Impacto en ventas de aceite e incienso..... | 66 |
| Tabla 10: Calificación por el impacto en ventas | 67 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico N° 1: Importante el cultivo del palo santo..... | 58 |
| Gráfico 2: Aprovechar los derivados del palo santo..... | 59 |
| Gráfico 3: Mejorar la economía de la localidad..... | 60 |
| Gráfico 4: Mejorar el consumo del palo santo..... | 61 |
| Gráfico 5: Condiciones necesarias para la elaboración del aceite de palo santo..... | 62 |
| Gráfico 6: Ventaja competitiva para comercializar aceite e incienso de palo santo..... | 63 |
| Gráfico 7: Comercializar exitosamente aceite e incienso de palo santo..... | 64 |
| Gráfico 8: Canales de distribución..... | 65 |
| Gráfico 9: Impacto en ventas de aceite e incienso..... | 66 |
| Gráfico 10: Calificación por el impacto en ventas..... | 67 |

I.- TÍTULO DEL PROYECTO

**“LA COMERCIALIZACIÓN DEL ACEITE E INCIENSO DEL PALO SANTO
(BURSERA GRAVEOLENS) Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN LA COMUNA
QUIMIS DEL CANTÓN JIPIJAPA”**

II.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

a.- Definición del problema

Ecuador y la provincia de Manabí, poseen las condiciones adecuadas para la formación de hábitats de diferentes especies animales y vegetales, esto como consecuencia de la localización geográfica en la que se encuentran. La producción de diferentes mercancías elaboradas de este árbol que es el palo santo, ha permitido que se den a conocer los múltiples beneficios que ofrecen.

Manabí es una de las Provincias muy importantes del País, tanto por su extensión y ubicación geográfica, así como por su volumen de producción y crecimiento de la población, esto hace que se ubique en cuarto lugar después de Guayas, Pichincha y Azuay, lo que la obliga a dirigirse a nuevos y más grandes campos de comercialización para que el proceso productivo que se realiza en cada uno de los sectores tenga el desarrollo que anhela el país. Uno de los tantos lugares que buscan una mejor situación económica, para sus habitantes en general, es la comuna de Quimis del cantón Jipijapa, que en base a otras alternativas para el desarrollo y progreso adquiere otras vías de crecimiento para orgullo de sus residentes.

Este trabajo se enfoca en el estudio del palo santo, que es una planta medicinal que no solo se usa como repelente de insectos, sino también como un potencial curativo, que es desconocido por la mayoría de las personas. También se lo utiliza como incienso que al quemar este leño se logra tener una fragancia cítrica, fresca, muy similar al aroma de las flores de naranja, limón, entre otros.

Frente a esta problemática, el gobierno actual mediante el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE) está ejecutando el Plan Nacional de Restauración Forestal con fines de protección y conservación, cuya meta es reforestar 500 000 ha (en el periodo 2014 – 2017) utilizando especies nativas de uso no maderable y de interés para las comunidades. El MAE, en conjunto con esfuerzos complementarios de otras instituciones gubernamentales como los GADs serán la base para fortalecer los procesos de conservación del recurso forestal, la protección de recurso hídrico, el suelo, etc. Ministerio de Ambiente del Ecuador, 2014; (Morillo, 2015, p.109).

Con la transformación de diferentes productos elaborados de la planta palo santo, se darán a conocer los múltiples beneficios que brinda este árbol, así como la comercialización del aceite e incienso del palo santo en la economía de los habitantes del sector Quimis del cantón Jipijapa. Además ésta se incrementará a la lista de las plantas que son beneficiosas para la supervivencia del ser humano y es un incentivo para que el agricultor se interese más en el cuidado de esta planta.

El aprovechamiento forestal tradicional en la comuna Quimis produce grandes impactos y degradación de los bosques y las especies de valor comercial. Los madereros entran en el bosque para sacar las especies de alto valor, sin considerar aspectos ambientales, ni de biodiversidad. Los tiempos de extracción son cada vez más cortos, para regresar a la misma área a explotar el resto de los árboles de valor económico. El resultado es un bosque con grandes claros y decenas de árboles dañados, flora y fauna deteriorada irreversiblemente (Aguirre, 2012a).

En vista de lo anterior expuesto, se pone a consideración un estudio sobre la obtención de aceites esenciales a partir del palo santo, para ser comercializado y de esta manera

evidenciar como aporta al desarrollo económico de la comuna Quimis del cantón Jipijapa, aprovechando recursos que no son explotados en su totalidad.

b.- Formulación del problema

Problema Principal:

¿Cómo la comercialización del aceite e incienso del palo santo (*Bursera graveolens*) impacta económicamente en la comuna Quimis del cantón Jipijapa?

c.- Preguntas derivadas – sub preguntas

¿Qué control de calidad llevan las familias que comercializan aceite e incienso del palo santo en la comuna Quimis del cantón Jipijapa?

¿Cuáles son los canales de distribución que utilizan para comercializar aceite e incienso del palo santo las familias de la comuna Quimis del cantón Jipijapa?

¿Cuál es el impacto económico que genera la venta de aceite e incienso del palo santo para el fortalecimiento de la comuna Quimis del cantón Jipijapa?

Delimitación del problema

Contenido: La comercialización de palo santo.

Clasificación: Impacto económico

Espacio: Apicultores de la Comuna Quimis (Asociación 25 de julio).

Tiempo: 2017

III.- OBJETIVOS

3.1.- Objetivo general

Determinar como la comercialización del aceite e incienso del palo santo (*Bursera graveolens*) impacta económicamente en la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

3.2.- Objetivos específicos

Identificar el control de calidad que llevan las familias que comercializan aceite e incienso del palo santo en la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Determinar los canales de distribución que utilizan para comercializar aceite e incienso del palo santo las familias de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Establecer el impacto económico que genera la venta de aceite e incienso del palo santo para el fortalecimiento de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

IV.- JUSTIFICACIÓN

Este trabajo investigativo es de suma importancia, porque se realizó un estudio y se determinó como comercializan el aceite e incienso del palo santo los Apicultores de la Asociación 25 de julio de la comuna Quimis del cantón Jipijapa, y a la vez como satisfacen la demanda del mercado de consumo local y de las distintas regiones del país. Por tal -motivo se buscó extraer información relevante en base al objeto de estudio, ya que es importante la cultura de pertenencia, lealtad a sus creencias y preferencias a la hora de usar aceite como relajante y de forma curativa.

La ejecución del proyecto, tiene fundamento teórico, porque se destaca positivamente el criterio de investigadores que hacen referencia de como el sector privado ha puesto gran interés en su utilización, pues en la actualidad se está promocionando en la cadena de productos de belleza, así mismo su uso en las diferentes regiones de nuestro país como incienso y en sus rituales, medicina tradicional, todo ello debido a sus grandes potencialidades y diversidad de propiedades. Desde esta perspectiva el estudio tiene gran importancia para los Apicultores de la Asociación 25 de julio de la comuna Quimis.

Cabe resaltar que en la práctica “El artesano” busca llegar a todos los segmentos socioeconómicos de la población para ubicar el producto en un mercado competitivo, generando empleo y obtener beneficios en bien de sus familias, impulsando su desarrollo y expansión hacia las diferentes plazas o cobertura geográficas en que puedan entrar a competir en el mercado consumidor.

Haciendo énfasis a lo anterior se puede decir que la esencia del palo santo que ofertan los productores al mercado local, son extractos de aceite, presentados como productos naturales promoviendo el rescate de la tradición. El análisis de este Proyecto tiene un impacto socioeconómico al generar fuente de trabajo, la misma que formara parte del aparato productivo directo de la comuna Quimis del cantón Jipijapa. Entre la principal actividad artesanal que realiza la Asociación 25 de julio está la producción de esencia de aceite, para lo cual se emplea la mano de obra calificada y materia prima de la zona.

Así mismo está la objetividad metodológica de la investigación, basada en métodos y técnicas esenciales que fueron primordiales en la recolección de la información directa e indirecta. Otro aspecto importante considerado en este proceso investigativo son las investigaciones relacionadas al objeto de estudio que fortaleció el marco teórico para el contraste de los resultados.

Desde esta óptica el proyecto fue factible su ejecución, los beneficiarios directos son los Apicultores de la Asociación 25 de Julio. También se contó con todo los recursos indispensables para el desarrollo de este trabajo de investigación.

V.- MARCO TEÓRICO

5.1.- Antecedentes

Ecuador posee miles de plantas medicinales, las mismas que utilizaron los aborígenes como medicina natural. De ahí que estas son empleadas de manera empírica y a la vez se convierten en objeto de procesos investigativos con justificativos para usos terapéuticos.

Cabe indicar que España es el primer país que ha realizado investigaciones agroalimentarias, en las cuales desarrollan cultivos experimentales de plantas aromáticas y medicinales las cuales son aprovechadas para la producción de materias primas transformadas de alta calidad, para su utilización en industrias farmacéuticas, química, veterinaria, etcétera. (Del Valle & Zambrano, 2015)

Estos innovadores proyectos, se basan en la producción de aceites esenciales para su uso en las diferentes industrias y de esta manera sustituir los productos de síntesis, los cuales suelen ser muy peligrosos. Además, los aceites esenciales son productos más eficientes y accesibles con las legislaciones ambientales a nivel internacional. (Ídem).

De igual manera (Programa de Pequeñas Donaciones, 2014) (PPD), en el SIMONA menciona que los paisajes productivos sostenibles “incorporan actividades productivas que se llevan a cabo en el Biocorredor y que son ambientalmente sostenibles. Consideran la conservación del ambiente y el paisaje rural; se enmarcan en el ordenamiento y ocupación del territorio; están presentes los objetivos de incremento de

la productividad, mejora de la competitividad y propenden al bienestar de las poblaciones rurales contribuyendo a la soberanía alimentaria familiar” (p.9). Para la presente sistematización los elementos claves a considerar en paisajes productivos sostenibles específicamente tenemos:

- ✓ La producción de aceite de palo santo garantiza la sostenibilidad del Bosque Seco Sancán mejorando los ingresos económicos de las familias de las comunidades adyacentes.
- ✓ La innovación tecnológica implementada para la obtención de aceite proporciona un estándar de un subproducto que minimiza el impacto en el ambiente, y además vinculan al mercado en cadenas de valor forestal generando beneficios económicos y preservando a su vez la biodiversidad.

También esta investigación se fundamenta con otros estudios relacionados con el objeto de estudio.

Estudio realizado por (Arias, 2017), menciona en su tema titulado: *Desarrollo y optimización de una loción con propiedad repelente a base de aceite esencial de Palo Santo (Bursera graveolens)*, Área Biológica y Biomédica, de la Universidad Técnica Particular de Loja, que concluye:

- Evaluando la interacción entre el principio activo y 7 excipientes por medio del diseño experimental de mezclas binarias, revelando que 3 componentes muestran más interacción con el limoneno (compuesto mayoritario 68% y aquel que posee la actividad repelente).

- Los análisis del aceite y de la loción se hicieron en un CG-EM. Al estudiar la efectividad repelente se dedujo que de cuatro concentraciones probadas (0.5% - 1% - 2% - 3%); la loción elaborada al 2% es aquella que brinda protección hasta un 80% contra mosquitos del género *Aedes aegypti*.
- Como parte de los estudios de estabilidad del producto, el limoneno se degrada más del 10% cuando las lociones son almacenadas a $30\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 2$ y $40\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 2$ respectivamente. Adicionalmente, los bioensayos microbiológicos y de toxicidad dérmica aguda demuestran que la fórmula repelente al ser ensayada en ratas no produce efectos secundarios, y carece de elementos patógenos que pongan en riesgo su salud.

Otro estudio de (Pinta, 2015), donde indica en su investigación sobre: *Procesos biotecnológicos para la proliferación y enraizamiento in vitro de palo santo BURSERA GRAVEOLENS (KUNTH) Triana & Planch, provenientes del bosque seco de la provincia de Loja*, del Área Agropecuaria y Recursos Naturales Renovables, de la carrera de Ingeniería Forestal, de la Universidad Nacional de Loja, la misma que concluye:

- En la fase de desinfección e implantación in vitro de explantes de *Bursera graveolens* provenientes de campo, no se logró controlar la contaminación.
- En el proceso de germinación de semillas de *Bursera graveolens*, el mayor porcentaje de germinación (11,11%), se obtuvo en el método de escarificación mecánica + 0,5 mg/l de AG3.
- En la fase de multiplicación in vitro de los explantes provenientes del invernadero, los resultados no fueron satisfactorios, obteniéndose en el T1 (1,0 mg/l de BAP) el mejor

crecimiento de los explantes con un promedio de 0,04 mm. de altura y 0,4 hojas formadas por explante.

- En la fase de inducción de callos embriogénicos a partir de embriones obtenidos de semillas de *Bursera graveolens*, con la utilización de 1mg/l de 2,4-D y Dicamba (0,5 y 1 mg/l) en el medio de cultivo de MS, se obtuvieron los mayores porcentajes de formación de callos embriogénicos con un 35,56% y un 53,33%, respectivamente.
- En la fase de inducción de callos embriogénicos, se obtuvo una germinación de embriones de 60 %, en el medio de cultivo aplicando un 0,1 mg/l de Dicamba y 1 mg/l de AIA.

Según (Hurtado, La producción del aceite e incienso del palo santo o (*bursera graveolens*) en el cantón Puerto López, Provincia de Manabí., 2014), manifiesta en su investigación titulada: *La producción del aceite e incienso del palo santo o (bursera graveolens) en el cantón Puerto López, Provincia de Manabí*, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil, concluye:

La producción del aceite e incienso del palo santo o (*bursera graveolens*) permite mejorar la economía y calidad de vida a los habitantes del cantón puerto López, provincia de Manabí. Por sus propiedades curativas es factible la producción del aceite e incienso del palo santo, el mismo que será muy factible posicionarlo esta especie de árbol.

De lo expuesto en los estudios anteriores se puede mencionar que en las investigaciones se puede evidenciar diversos estudios provenientes del árbol de Palo Santo, el mismo que

demuestra estudios científicamente analizados en base a la extracción de esencias preferenciales para la comercialización de este producto.

5.2.- Bases Teóricas

En este parámetro se detallaran los conceptos más relevantes acerca de la comercialización, el Palo Santo y el impacto económico, esta información permite fundamentar la investigación que se realiza para medir la eficiencia en el caso de la comercialización del aceite e incienso de palo santo.

Cuando se habla del canal de comercialización (Stanton & Walker, 2004), indican que se refiere a todas las acciones necesarias para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora hacia su sitio de consumo. Igualmente, señalan a la distribución como parte de la mezcla de marketing que abarca diversos aspectos generales: estrategias para seleccionar y operar los canales de ventas, el mercado al detalle y las principales instituciones de detallistas que intervienen en la comercialización y el mercado al mayoreo, las principales instituciones mayoristas utilizadas en la plaza como los arreglos fundamentales para distribuir físicamente los materiales y suministros entre las instalaciones de producción y luego llevar a los mercados meta los productos terminados.

(McCarthy & Perreault, 2004), se refieren que ofrecer al público un buen producto a un precio razonable es importante para una estrategia eficaz de marketing. Pero no es todo, pues se han de considerar también la plaza (distribución), es decir, poner los

bienes/servicios en las cantidades y lugares adecuados cuando el consumidor los desee, por ello es de suma importancia la gestión del mismo. Así, cuando varios mercados metas tienen distintas necesidades, se requerirán algunas variantes de la plaza. (p.1).

Además, indican la relevancia de la comercialización para una organización, por cuanto son los pasos finales de un esfuerzo que esta realiza durante el proceso de operacionalización; es el contacto para llegar a los usuarios o consumidores finales, utilizando los diferentes canales de comercialización que les permitan obtener a dichos consumidores y cubrir las necesidades a través de los productos o mercancías comercializados por ellos, tomando los objetivos de la empresa para obtener de una manera satisfactoria el logro de sus metas. (Ídem).

Arellano (Arellano, 2004), define la comercialización, como todas aquellas acciones que le permiten cumplir con la función de facilitar la distribución y entrega de productos al consumidor final. Igualmente, Stanton y otros (2004) indican que se refiere a todas las gestiones necesarias para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora a donde finalmente se consume. Por su parte, (Kloter, 2007), la define como un conjunto de acciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o el usuario final.

Por su lado, los investigadores asumen los postulados de (Kloter, 2007), quien señala como la comercialización busca que las personas y empresas involucradas en la transferencia de la propiedad de un producto publicitario pase de la agencia al cliente, ajustándose a los requerimientos de los productos/servicios ofrecidos por las agencias

localizadas en el municipio Maracaibo, entre otros de los objetivos propuestos en el estudio.

En ese sentido, los autores antes mencionados coinciden en que la gestión de los canales de distribución representan el conjunto de procesos donde se colocan los bienes y servicios al alcance de los consumidores finales; es decir, en el lugar adecuado, en las cantidades adecuadas y cuando el consumidor lo desee.

La Comercialización

Proceso cuyo objetivo es hacer llegar los Bienes desde el productor al Consumidor. Involucra actividades como compraventas al por mayor y al por menor, Publicidad, pruebas de ventas, información de Mercado, transporte, almacenaje y financiamiento. (Diccionario, s.f.)

En términos generales, los procesos necesarios para llevar los bienes del productor al consumidor, (Ibídem, p. 16).

Todas las grandes firmas modernas tienen departamentos o gerencias especializadas en la Comercialización de sus productos, las cuales se hacen cargo, usualmente, de las siguientes actividades: investigación de mercados, para conocer las necesidades de los individuos sus hábitos de Consumo y la posible aceptación de nuevos productos; Publicidad, para difundir y estimular las ventas; las ventas en sí mismas, que por lo general se hacen a mayoristas, aunque en otras ocasiones directamente a los minoristas

o al Consumidor final; las promociones de diverso tipo, que complementan y hacen más efectiva la Acción publicitaria y la Distribución física de los bienes vendidos, (Ídem).

Las actividades de Comercialización -a diferencia de lo que ocurría hace algunas décadas- resultan fundamentales en el Desarrollo de la Empresa moderna, pues sin ellas es casi imposible competir adecuadamente en los complejos mercados de hoy, (Ídem).

La diversidad y tecnificación de las mismas ha hecho que, en muchos casos, diversas actividades de Comercialización sean desempeñadas por firmas especializadas; tal es el caso de la Publicidad, la investigación de mercados, la promoción, etc.

Otra definición de comercialización, se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. (Definición ABC, 2018).

Esto en términos generales, pero para aclarar más el concepto enumeraremos las cuestiones que entran en juego en el proceso de comercialización de un producto y que claro, ciertamente lo definen...el análisis de las necesidades que presentan las personas consumidoras del producto que se comercializará, prever que parte del amplio espectro de consumidores se pretenderá satisfacer, estimar cuantas personas adquirirán nuestro producto, cuántas los pueden estar haciendo en los próximos años, para así darnos una idea de la duración y el alcance que el mismo puede tener a largo plazo y cuántos productos pueden llegar a comprar, establecer cuándo querrán adquirirlo, calcular y tratar de hacerlo lo más fielmente posible, el precio que los consumidores de mi producto estarán dispuestos a pagar por él, escoger el mejor tipo de promoción para dar

a conocer el producto y la que más alcance tenga y por último, analizar el tipo de competencia a la cual nos enfrentaremos, determinando, por ejemplo, el precio que pedirán por el mismo producto, la cantidad que producirán, el tipo, entre otras cuestiones, De esto se desprende que la comercialización es una parte importante y determinante dentro de cualquier sistema comercial que deberá ser atendida prioritariamente por supuesto, (Ídem).

Canal de Distribución

Para el concepto de “canales de distribución” existen dos perspectivas para entenderse, uno de ellos es como un conjunto de protagonistas y el segundo es como un camino o ruta.

- **Conjunto de Protagonistas:** También conocido como un conjunto de operadores económicos que interactúan para llegar el satisfactor desde su lugar de origen hasta el conjunto de sumidor. Es decir, todos aquellos que hacen posible el que se produzca el contacto entre satisfactor y consumidor. (De Juan, 2005, p. 13)

En este caso también se tiene que evaluar el rol de la persona que adquirirá el producto o servicio, porque puede actuar de dos maneras, puede ser consumidor y comprador. Si solamente es comprador, esta persona actúa como parte del canal de distribución porque sin su intervención no hubiese llegado el producto hasta el consumidor.

Por ejemplo: Cuando las madres de familia compran los artículos de higiene o alimentarios para sus hijos recién nacidos, ellas funcionan únicamente como compradoras

del producto, porque quienes lo consumen son los niños, tal es el caso de los pañales desechables, leche, colados, etc. (Ídem).

- **Camino o ruta:** El traslado del bien o servicio elaborado desde el productor al consumidor debe de pasar por un sistema o medio. Este medio es conocido como un canal de comercialización. El termino canal sugiere un camino o ruta por el cual circula un flujo de productos o servicios, desde su creación hasta la llegada de estos a su consumidor final.

Detallado lo anterior podemos entender que el punto de partida dentro de los canales de distribución es el producto en sí que debe de llegar de una u varias formas a los consumidores finales y que para lograrlos se utilizan diferentes medios ya sean organizaciones o personas que realizan diferentes actividades y que tienen diferentes denominaciones que fungen como intermediarios entre los fabricantes del producto y los consumidores de éste. Los intermediarios entonces los conoceremos porque son ellos los que realizan la labor de transferir el producto desde el fabricante al consumidor; hay diferentes tipos de intermediarios, entre ellos encontramos: (Ídem).

1. Comerciantes Intermedios. Estos son los que obtiene prioridad en la venta de los productos, estos a su vez se dividen en: (Ibídem, p. 14).

- **Detallistas:** Compran grandes cantidades de productos y los venden de forma individual, es decir en negocios familiares, un ejemplo de estos son los supermercados, hay variedad de productos y venden la cantidad que el individuo prefiera.

- **Mayoreo:** Compran en grandes cantidades los productos, pero hacen una reventa en menores cantidades. Un ejemplo son las tiendas que abastecen a las pequeñas tiendas que se encuentran en barrios y colonas en nuestro país.

2. Agentes Intermediarios: Ellos no tienen prioridad sobre los productos, sino solo hacen la transferencia de estos. El mayor ejemplo de estos son las Aseguradoras, que solo son mediadores entre los beneficios y los consumidores

La importancia de los intermediarios radica en que gracias a ellos se logran realizar las labores de distribución con mayor facilidad, no es necesario que existan en todos los procesos de comercialización, porque muchas veces no influyen en bajar los costos de distribución. Los intermediarios cumplen muchas veces con la función de agentes de compra, pero que se especializan a la venta para los proveedores. Con los intermediarios se facilita y agiliza el proceso de compra y venta, llegando de una forma más rápida que el consumidor final obtenga su producto, (Ibídem, p. 14).

Con lo que se ha explicado anteriormente se deduce entonces que los canales de distribución son: **“Los canales de distribución están constituidos por todo aquel conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor o usuario”** (Ibídem, p. 14).

Tipos de canales de distribución

Los canales de distribución pueden ser de diferente tipo, unos están clasificados por el tipo del producto, la segunda es la clasificación por el número de niveles que estos

tengan; finalmente se está el canal inverso, independientemente sea cual sea el tipo de canal, lo que se busca es lograr un mayor acercamiento entre el producto y su consumidor meta. (Ibídem, p. 15).

Según el tipo de producto encontramos:

Canales de Distribución para Productos de Consumo:

Este tipo de canal de distribución es el que se encarga de abastecerse de productos que son de consumo personal para los clientes finales, es decir lo que consumen cotidianamente.

Este se subdivide en cuatro canales:

Canal directo o canal 1 // del productor o fabricante a los consumidores.

En este tipo de canal no hay ningún tipo de intermediarios, es decir la empresa es que vende de forma directa a sus consumidores, además es ella la que asume la responsabilidad de las actividades de mercadeo, comercialización, promociones, logística, entre otras actividades. (Ibídem, p. 15).



Ilustración 1: Canal directo

Las actividades dentro de la venta directa o del canal 1 incluyen, ventas por teléfono, por internet, catálogos.

Un ejemplo de este tipo de canal son las compras que se realizan en AMAZON.COM

Canal detallista o canal 2 // Productor a los detallistas luego a los Consumidores.

Para este canal es casi imprescindible que las empresas cuenten con una fuerza de ventas que impulsen sus productos, este canal se lleva a cabo de la siguiente manera, los fabricantes les venden sus productos a sus intermediarios, quienes en este caso son los minoristas quienes se encargan de distribuirlos a los consumidores finales, (Ibídem, p. 16).



Ilustración 2: Canal detallista

En este caso la fuerza de venta de las empresas se pone en contacto con los minoristas y a través de pedidos les venden sus productos a su mercado meta, un ejemplo del canal 2, son los almacenes, para este ejemplo SIMAN, quienes se surten de diferentes tipos de productos de seleccionadas marcas (Ferrari) y compran las camisas para caballeros por mayor, pero que lo venden de forma personalizada a sus clientes, es decir si desea una, dos o las que deseen.

Canal mayorista o canal 3 // Fábrica a los mayoristas, luego a los minoristas y a los consumidores finales

La razón de ser de este canal es porque los fabricantes de los productos son incapaces de lograr distribuirlo de forma eficiente, por ello es que los niveles se aumentan, aquí ya hay dos tipos de intermediarios, están los mayoristas quienes les compran los productos a las empresas y se los venden a los detallistas quienes los logran revender el producto a los consumidores. Un ejemplo del canal 3 es la arrocera San Francisco, quien le vende toneladas de arroz a sus mayoristas para que estos los vendan a los detallistas y estos a su vez los revenden en una pequeña tienda, para que luego sea adquirido por el consumidor final.



Ilustración 3: Canal mayorista

Canal Agente Intermediario o canal 4 // Productor a los agentes Intermediarios, luego a los mayoristas, a los minoristas y al consumidor final.

Este es un canal que tiene los siguientes intermediarios:



Ilustración 4: Canal agente intermediario

En este caso los agentes intermediarios suelen ser firmas que buscan conseguir clientes que les ayuden a establecer por medio de tratos comerciales una impulsión y expansión en

sus niveles de ventas de sus productos, como se había explicado en el apartado de los intermediarios, estos no tienen una prioridad frente a los productos, (Ibídem, p. 17).

Un ejemplo del canal 4 es una asociación de pequeños agricultores que buscan vender sus productos de forma unificada, el agente intermedio negocia con mayoristas quienes adquieren el producto total de todos los miembros de la asociación; luego estos mayoristas venden estos productos a los minoristas y se empieza el proceso del canal 3.

Los canales más extensos se encuentran de forma dificultosa, las empresas tratan de evitarlos porque al momento de analizar el comportamiento de su mercado les resulta difícil conocer realmente el nivel de presencia, notoriedad y otros factores que puedan opinar del producto.

Entre más corto sea el canal escogido para la distribución del producto representará un mayor gasto para la empresa, más largo sea el tipo de canal representará un porcentaje mayor en el precio total del producto, porque cada canal busca un margen de utilidad sobre el mismo producto, aunque se trabaje con descuentos, siempre el precio se verá alterado, (Ibídem, p. 17).

Importancia de la comercialización del aceite e incienso del palo santo.

El proceso del aceite e incienso nos exige la instalación de equipos sofisticados y de gran tecnología que demanda una alta inversión en bienes de capital; muy por el contrario es un proceso sencillo que por medio de una elevada temperatura se destile el aceite y considerado los menores costos de materia prima, Se ha establecido como

precio promedio "\$100,00" litro de aceite. La Asociación mantiene la convicción de beneficiar al sector consumidor con precios competitivos. (Hurtado, 2014, pp. 44-52)

Estrategias de Venta. Estrategia global.

La principal estrategia consiste en ingresar al mercado con un producto original de primera calidad tanto en presentación como en contenido que satisfaga los gustos y necesidades del consumidor, promocionar constantemente la existencia del nuevo producto en el mercado a través de avisos publicitarios, slogan, trípticos, afiches entre otros. (Ídem).

Además se puede tomar decisiones sobre la introducción al mercado de un nuevo producto, los canales de distribución más apropiados para el mismo y cambios en las estrategias de promoción y publicidad. Una completa investigación ayudará a determinar la competencia y esto resultará útil a la hora de tomar decisiones.

Las investigaciones se realizan sobre productos similares ya existentes, para tomarlos como referencia en las siguientes decisiones aplicables a la evolución del nuevo producto, para esto primero debemos definir claramente cuál es nuestro mercado.

Luego de un intenso análisis de la oferta y la demanda se profundiza en la comercialización, sus aspectos como la marca, envase, canales de distribución, publicidad, etc. Teniendo un viable recurso natural del cantón, ha surgido la oportunidad de realizar este estudio sobre aceites esenciales de palo santo, ofreciendo así a la población conocimientos sobre usos y beneficios de cada uno de los aceites. (Ibídem, p. 44).

Estrategias específicas.

Crear una moderna presentación al producto de acuerdo a las expectativas del cliente.
Estructurar sistemas promocionales tanto para distribuidores cómo para los consumidores.
Buscar socios estratégicos que nos ayuden a comercializar el producto en nuevos mercados.

Productos o servicios desde el centro productor hasta el consumidor final. El más común que existe es la transferencia física de bienes y servicios que son manejados por instituciones intermediarias que se cargan de las mercancías sin que lo manejen directamente, (Ibídem, p. 46).

Mayoristas.- La Asociación mantiene relaciones comerciales con el comercio mayorista tanto para la compra de materia prima y para la distribución de su producto elaborado. Ya que en este sector se concentra grandes volúmenes de producción y actúa como enlace directo con los intermediarios y el consumidor final.

Minorista.- La distribución al por menor será la más fortalecida ya que el intermediario (tiendas) es el enlace directo con el consumidor final de esta manera se podrá comercializar, posiciona el producto en el mercado y en la mente del consumidor, aplicado un sistema de publicidad agresivo y llamativo que permita diferenciar la marca y calidad del producto. (Ibídem, p. 46).

Detallista.- Este un sistema muy práctico y acertado por muchos negocios dedicados a la actividad comercial, ya que le permite estar en contacto directo con el consumidor, este

se lo hace a través de la contratación de terceras personas especializadas en ventas directas e interrelación personal método necesario para llegar al consumidor final.

Para cumplir a cabalidad con los sistemas de distribución del producto anteriormente mencionado, es necesaria la utilización de un medio de transporte adecuado, que permita poner la mercadería al alcance de los distribuidores y consumidores.

El mercado local e internacional del aceite e incienso del palo santo.

La comercialización del *Bursera graveolens* (palo santo) y sus derivados, en la Comuna Quimis del cantón Jipijapa, a nivel Internacional, el presente análisis pretende orientar la promoción y determinar donde se encuentra el potencial de consumidores y futuros distribuidores del producto.

A través de Internet nos lleva al mercado informático el cual nos permite indagar cual es la posición del palo santo a nivel global, averiguando cuantos productores y comercializadores de este producto existe en la actualidad y sus precio de ventas. (Ibídem, p. 47).

Precio de los derivados del *Bursera graveolens*.

Debido a la actual situación económica que atraviesa nuestro país y que afectan a los ingresos de las familias ecuatorianas ya que no existen fuentes de trabajo estables que garantice un nivel de vida seguro se ha considerado los menores costos de materia prima, producción y distribución en la que incidirá la asociación, Se ha establecido como precio promedio "\$100,00" litro de aceite. La asociación mantiene la convicción

de beneficiar al sector consumidor con precios competitivos, no existen fuentes de trabajo estables que garantice un nivel de vida, seguro se ha considerado la materia prima, producción y distribución en la que incidirá la asociación. Se ha establecido como precio promedio "\$100,00" litro de aceite. La Asociación mantiene la convicción de beneficiar al sector consumidor con precios competitivos. (Ibídem, p. 48).

Comercialización y exportación del aceite e incienso.

Por destilación se puede extraer el aceite esencial. Es un producto de gran aplicación en la industria del perfume, debido a su olor suave y agradable similar al de la rosa y con menor intensidad el de violeta. Por tal motivo su éste acético se emplea como fijador natural, en composiciones aromáticas de rosas. Puede también utilizarse en el perfumado de jabones finos para tocador, con el objeto de encubrir el aroma desagradable de los aromáticos sintéticos y como excipiente en la elaboración de cosméticos. También es utilizado en el agregado del piretro en espirales repelentes contra los mosquitos. Como subproducto se obtiene el aserrín cocido o residual, del cual, y mediante un tratamiento con solventes, se obtiene la resina de "palo santo", apta para la fabricación de barnices y pinturas oscuras. (Ibídem, p. 48).

Calidad del producto

Cualquier producto que adquiramos en el mercado, como un saborizante para alimentación, un perfume o un aceite esencial está dentro de un amplio intervalo en cuanto a su nivel de calidad, más aun si se trata de productos obtenidos directamente de materias primas vegetales. Incluso para los aceites esenciales hay variaciones importantes de calidad dependiendo de su origen geográfico, variedad de la planta,

método de obtención, condiciones de procesado, almacenamiento, envejecimiento.
(Ortuño, 2006)

Como vemos, son muchos los factores implicados que pueden afectar en mayor o menor grado a que el producto de que disponemos tenga una calidad superior o inferior. Si además tenemos en cuenta que el aceite esencial puede estar mezclado con otros aceites más baratos o incluso con diluyentes o sustancias aromáticas de origen sintético, el abanico de calidades se hace difícil de abarcar. (Ídem).

A la hora de adquirir un aceite esencial o de comprobar su calidad deben tenerse en cuenta las siguientes consideraciones generales: (Ídem).

- Los aceites esenciales deben estar en buenas condiciones de almacenamiento, en envases que no dejen pasar la luz y que estén perfectamente cerrados, por tanto, se consideran de baja calidad aquellos productos que se presentan en botellas de vidrio incoloro o de plástico, ya que los aceites esenciales ven alterada su composición al ser expuestos a la luz y atacan con facilidad al plástico utilizado en la fabricación de envases corrientes (polietileno, poliestireno...). Deben almacenarse en sitio fresco, con poca humedad y procurando que el envase esté lo más lleno posible, para evitar la presencia de oxígeno en la cámara de aire que deja una botella sin llenar completamente y que producirá una oxidación parcial de los terpenos del aceite esencial, con la consiguiente aparición de aroma a rancio y síntomas de envejecimiento del aceite.
- Precio sensiblemente bajo para una determinada cantidad de aceite esencial es sinónimo de baja calidad del producto.

- Como norma general tenga siempre en cuenta que un aceite esencial es insoluble en agua (en su mayor parte, aunque algunos de sus componentes pueden ser extraídos del aceite esencial con agua), soluble en alcohol de 96° (al menos parcialmente), se evapora fácilmente, es inflamable, huele de forma fidedigna a planta de la que se extrae (para comprobar esto puede ser necesario diluir un poco de aceite esencial en aceite vegetal o alcohol), no debe presentar aromas extraños u olor rancio, no debe tener partículas en suspensión ni dejar residuo sólido al evaporarse. (Ortuño F 2006)
- Los aceites esenciales son a menudo incoloros debido a que una gran parte de ellos se obtiene por destilación y este proceso deja fuera del aceite esencial los pigmentos vegetales de la planta. Hay algunas excepciones, así el aceite esencial de manzanilla obtenido por destilación presenta una coloración azul debido a sustancias que se forman durante el proceso de destilación. El mismo aceite obtenido por extracción con disolventes tiene una coloración amarillenta pero no azul. Los aceites esenciales de cítricos como el de naranja o limón pueden tener color naranja o amarillo respectivamente, si se obtienen mediante el raspado o prensado de la corteza de los frutos, ya que de esta forma se incorporan al aceite esencial los pigmentos carotenoides presentes en la corteza. Si los aceites son destilados, en cambio, son incoloros.
- Si lo que necesita son aceites esenciales 100% puros desconfíe de aquellos productos etiquetados como: aceite de esencia, esencia, aceite idéntico al natural, aceite de perfume. En inglés «fragrance oil», «essence», «nature identical oil», «perfume oil» respectivamente. Productos etiquetados como «aromaterapia» («aromatherapy» en inglés) pueden ser esencias sintéticas o tener una pequeña cantidad de aceite esencial disuelto con un aceite vegetal o base. (Ortuño F 2006)

- El término «aceite esencial puro» o similar también deja cierta duda en el producto incluido en el envase, pues se pueden obtener aceites esenciales de cultivos en mal estado. Pueden incorporar aceites esenciales que han estado almacenados durante muchos años, etc. (Ortuño F 2006)
- Los aceites esenciales denominados «orgánicos», término poco apropiado, pues cualquier sustancia hidrocarbonada es un compuesto orgánico en términos químicos, hacen referencia a aquellos aceites esenciales obtenidos de cultivos en los que no se han empleado pesticidas o fertilizantes y se han seguido los criterios tradicionales de la agricultura «orgánica» o ecológica. En principio esto debería dar un producto de mayor calidad, pero dado que en la calidad final influyen muchos factores, cabe decir que utilizando un cultivo realizado con fertilizantes químicos y los insecticidas adecuados, el aceite esencial debe tener igual o mayor calidad que el obtenido de forma «orgánica». En la calidad del producto foral influye más el conocimiento y saber hacer del productor que el que se utilice un cultivo «orgánico» o no. Sí es cierto que este tipo de aceite esencial es más caro y no es fácil distinguirlo de otro de calidad comparable pero que no sea «orgánico». (Íbidem, p. 64).

El Palo Santo

El palo santo ha sido utilizado desde épocas remotas por las poblaciones locales para curar dolores estomacales y como linimento para reumatismos. Tiene propiedades antibacterianas, analgésicas, sedativas y antineoplásicas (Manzano, 2013).

La madera seca tiene fuertes características picantes, dulces y un olor balsámico que es utilizado como incienso en las iglesias donde se lo conoce como palo santo (Yukawa et

al., 2004). Se le atribuyen también las bondades etnomédicas: para la fatiga y latidos irregulares del corazón (Melorose, Perroy, & Careas, 2015).

Forma de recolección del palo santo.

En las comunidades de la costa sur de Manabí, en particular en el sector en estudio la recolección del “palo santo” es una actividad realizada de forma ancestral para uso del hogar y actualmente para uso comercial, (Tituaña, 2006). La mayoría de las familias de las comunidades rurales siguen utilizando este recurso para ahuyentar los mosquitos o como aceite medicinal. A partir de la década de los años 90 esta actividad se la viene realizando de manera comercial. En la actualidad la recolección de “palo santo” es una actividad realizada por hombres y mujeres de quienes se rescata los siguientes procesos de recolección:

- El estado de recolección del “palo santo” es cuando el árbol está muerto y seco porque es en este estado cuando se concentra el mayor aroma.
- Se recolectan los troncos y ramas gruesas que tengan madera, eliminando la corteza y partes dañadas por pudrición o insectos.
- El palo santo se recolecta en trozos de los cuales se pueden sacar 4 astillas que los denominan rajas. Actualmente el número promedio de rajas que se pueden recolectar en un día es de 10 debido a que este recurso se encuentra alejado de los caseríos y las distancias recorridas son largas.

Técnicas de cosecha

- La extracción de este recurso se la realiza de una forma eficiente evitando desperdicios de la materia prima, la misma que debe ser recolectada de manera adecuada bajo las siguientes reglas:
- Se utiliza como herramienta de recolección el hacha porque causa menos desperdicio.
 - ✓ La recolección se debe hacer en trozas cortadas desde la base del tronco hasta la primera rama para evitar que la concentración de aceite esencial se volatilice, especialmente cuando se encuentra árboles muertos enteros.
 - ✓ En caso de árboles incompletos, es decir árboles que se han desintegrado por procesos de pudrición, se determinara partes que no estén dañadas y que puedan ser aprovechadas por lo menos 1 m de longitud.
 - ✓ Se llevan las trozas de árboles recolectados hacia un centro de acopio utilizando medios de transporte idóneos para su traslado y posteriormente ser utilizado para darle su valor agregado sin causar daños al medio ambiente.

Extracción de aceite esencial de frutos de palo santo y generación de residuos

La extracción es el proceso mediante el cual las astillas de palo santo se convierten en aserrín para luego ser introducido en una maquina extractora de aceite, durante un periodo de tiempo determinado (6-8 horas), luego de lo cual y por efecto de destilación se obtiene aproximadamente 0,750 litros de aceite esencial por cada 15 kg de aserrín de palo santo.

El aceite esencial del palo santo.

Los aceites esenciales son mezclas complejas de compuestos orgánicos volátiles producidos como metabolitos secundarios y son los responsables del olor distintivo en las plantas y de sus bioactividades, (Nerio, Olivero, & Stashenko, 2010).

El aceite esencial de Palo Santo se lo obtiene principalmente para la industria de perfumería, la cual lo adquiere debido al elevado contenido de guaiol y guaiazuleno que son componentes químicos que tienen una amplia aplicación en productos cosméticos, tratamientos de la piel, cremas humectantes, etc. Además algunos de sus derivados tienen un valor agregado importante en su aplicación en otras industrias, en particular perfumería.

Propiedades del aceite esencial del palo santo

El palo santo tiene propiedades antidepresivo, diaforética, diuréticas, depurativas, antiirreumáticas, antisépticas, anti hongos, entre otras. La esencia palosanto se destila en pequeñas cantidades de forma sostenible y ecológica de madereros recolectados en la costa del Pacífico del Ecuador. (Dols, 2010)

Este extraordinario y aromático árbol se utiliza ampliamente en los tradicionales sistemas etno-botánicos de América del Sur, especialmente por parte de los chamanes de los Andes. Nuestros *aceites esenciales para aroma terapia* son elaborados sin tumar arboles de Palo Santo. Procesamos solo árboles que murieron en forma natural en el bosque seco tropical del sur de Manabí.

Impacto económico

La idea de impacto económico, en este marco, alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo. (Pérez, 2018)

Supongamos que un gobierno anuncia un incremento masivo de los impuestos y de las tarifas de los servicios públicos. Esta decisión tiene un impacto económico en la población ya que las personas deberán destinar un porcentaje mayor de sus ingresos para cumplir con sus obligaciones ante el Estado y para cubrir sus necesidades básicas. Esto, a su vez, hará que tengan menos dinero disponible para otros gastos: es decir, contratarán menos servicios y comprarán menos productos. La actividad económica de la nación, de este modo, sufrirá una contracción. En definitiva, el impacto económico del anuncio gubernamental es evidente. (Ídem).

Por otro lado, si una empresa multinacional informa que realizará una inversión millonaria en un pequeño pueblo para abrir una planta industrial y generar 3.000 puestos de empleo, dicha decisión tendrá un enorme impacto económico en la localidad. Los habitantes se verán beneficiados por la actividad productiva y por el movimiento de dinero que se generará con la inauguración. (Ídem).

Tipos de impacto

- 1. Impacto directo** Se corresponde con la producción (valor añadido bruto) y el empleo generados en aquellos sectores que son receptores directos de las

inversiones. También se refiere al gasto que atrae la organización del evento o el despliegue de la nueva infraestructura, así como los que se ven afectados por la reforma normativa o regulatoria.

2. **Impacto indirecto** Se corresponde con la producción y el empleo generados en los sectores que se benefician indirectamente de las inversiones y del gasto, es decir, aquellos que suministran a los sectores directamente afectados los bienes y servicios necesarios para su actividad.
3. **Impacto inducido** Se corresponde con la producción y el empleo que se genera gracias al consumo de bienes y servicios que realizan los empleados de los sectores que se benefician, directa o indirectamente, de las inversiones y gastos. (PwC).

Calidad de Vida

Hoy la asociación. El Artesano posee una capacidad integral para atender a las necesidades de abastecimiento de su cliente en un mercado de productos naturales.

Trabajan en un ambiente seguro que brinda confianza tanto a los trabajadores como al cliente, porque se trabaja con honestidad, entregándole un producto de excelente calidad.

- Reforestar y promover la responsabilidad ambiental.
- Propósito de la asociación
- Hacer del negocio un lugar productivo, logrando un creciente volumen y participación de marca en el mercado, siempre cuidando y satisfaciendo a los clientes.

Mejorar la calidad de vida de las personas, generando condiciones operativas y estratégicas basadas en la dignidad y el respeto al entorno natural, para consolidar el uso adecuado del palo santo en el país.

Según (Larrea, 2009), menciona que “la mediana de ingresos mensuales para esta comunidad oscilaba entre \$ 100 y \$200 al mes quienes viven en los sectores aledaños a la carretera, los ingresos son menores ya que sus actividades productivas se reducen a la agricultura de subsistencia en invierno, y trabajos de jornal, en comunidades de su sector y el sitio Quimis los ingresos son Mayor a los \$200 al mes por que se encuentran en la vía de primer orden Manabí _ Guayas, donde pueden ofertar sus productos.

5.3 Marco Conceptual

El palo santo

El *Bursera Graveolens* (palo santo), es una especie que proviene del bosque seco de la costa pacífica de Sudamérica. En el Ecuador se encuentra distribuida en las provincias de Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja y Manabí entre los 0 y 2000 m.s.n.m. localizándose casi restringida a parajes secos y pedregosos (Jørgensen *et al.* 1999).

Forma de recolección

En las comunidades de la costa sur de Manabí, en particular en el sector en estudio la recolección del “palo santo” es una actividad realizada de forma ancestral para uso del hogar y actualmente para uso comercial. La mayoría de las familias de las comunidades rurales siguen utilizando este recurso para ahuyentar los mosquitos o como aceite medicinal. A partir de la década de los años 90 esta actividad se la viene realizando de

manera comercial. En la actualidad la recolección de “palo santo” es una actividad realizada por hombres y mujeres de quienes se rescata los siguientes procesos de recolección:

El aceite esencial

El aceite esencial de Palo Santo se lo obtiene principalmente para la industria de perfumería, la cual lo adquiere debido al elevado contenido de guaiol y guaiazuleno que son componentes químicos que tienen una amplia aplicación en productos cosméticos, tratamientos de la piel, cremas humectantes, etc. Además algunos de sus derivados tienen un valor agregado importante en su aplicación en otras industrias, en particular perfumería.

Propiedades del aceite esencial

El palosanto tiene propiedades antidepresivo, diaforética, diuréticas, depurativas, antiirreumáticas, antisépticas, anti hongos, entre otras. La esencia palosanto se destila en pequeñas cantidades de forma sostenible y ecológica de madereros recolectados en la costa del Pacífico del Ecuador.

Productividad:

Es el valor del producto generado por una unidad de trabajo de capital, la cual depende de la calidad y características de los productos y de la eficiencia con la que se produce. Es la relación que existe entre lo físicamente producido en la empresa y lo invertido en bienes físicos para realizar determinado producto o servicio.

Producto

Es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera). "Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

Venta

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. Por ello, es imprescindible que todas las personas que están involucradas en actividades de mercadotecnia y en especial, de venta, conozcan la respuesta a una pregunta básica pero fundamental.

Control de calidad

Los análisis físicos (densidad e índice de refracción) y de composición química del aceite esencial se determinara por CG-MS (Cromatografía de Gases acoplada a Espectrometría de Masas), utilizando una cromatógrafo Agilent serie 6890N acoplada a un Espectrómetro de Masas Agilet serie 5973 inerte, con dos tipos de columnas de diferente polaridad. Las pruebas olfativas, son realizadas por personal de

la planta que tiene experiencia en estos procesos siguiendo las especificaciones técnicas de normas de calidad.

Envasado, etiquetado y embodegado

Los aceites esenciales recolectados, son envasados en recipientes de vidrio ámbar y almacenados en ambientes frescos protegidos de la luz y a bajas temperaturas. Para el transporte final del producto hasta el país importador se utilizan botellas de aluminio con capacidad aproximada de 1 Kg. El etiquetado y embalaje del producto sigue las exigencias del país comprador. Una vez acabado el proceso extractivo, el material de residuo (torta) se lo utiliza en procesos agrícolas, como para la producción de humus. En cuanto a las aguas residuales luego del proceso extractivo son tratadas por medios físicos (filtración y sedimentación) para eliminar sólidos en suspensión y materiales residuales, y se corrige el pH (neutralización) antes de ser vertidas al desagüe.

VI.- HIPÓTESIS

6.1.- Hipótesis general

La comercialización del aceite e incienso del palo santo (*Bursera graveolens*) impactará económicamente en la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

6.2.- Hipótesis específicas

El control de calidad que llevan las familias que comercializan aceite e incienso del palo santo influirá en la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Al incrementar las ventas utilizando diferentes canales de distribución para comercializar aceite e incienso del palo santo se logrará mejorar los ingresos de las familias de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Será positivo el impacto económico que genera la venta de aceite e incienso del palo santo para el fortalecimiento de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

.

VII.- METODOLOGÍA

a.- Métodos

La metodología de investigación que se utilizó para el desarrollo de este proyecto, permitió un estudio a fondo sobre la comercialización del aceite e incienso de Palo Santo (*Bursera graveolens*) y su impacto económico en la comuna Quimis del cantón Jipijapa, se basó en la combinación de métodos, técnicas y procedimientos de tipo inductivos, deductivos, bibliográficos, de investigación de campo y estadísticos que accedió de manera científica y técnica obtener datos veraces y certeros.

Método deductivo

Se estudió la influencia que tiene la comercialización del aceite e incienso de palo santo en la economía de los miembros de la Asociación 25 de julio de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Método inductivo

El punto de partida fue el problema a estudiar el impacto de la comercialización del aceite e incienso del palo santo, observándose particularmente el problema para obtener conclusiones generales, permitiendo conocer opiniones de los socios que diariamente se dedican a obtener sus ingresos con estos productos.

Método bibliográfico

Este método permitió escoger las diferentes teorías de las variables independiente y dependiente investigadas, en textos digitales, físicos, artículos de revistas, páginas web, periódicos, entre otros.

Método Estadístico

Este método permitió proyectar y realizar las tablas y los gráficos de las encuestas realizadas a los miembros de la Asociación 25 de julio de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Esta información recolectada llegó a establecer las conclusiones válidas y concretas favoreciendo así al desarrollo de la investigación, se complementó el trabajo con aplicación de encuestas a los habitantes involucrados en la investigación y demás personas en el conocimiento de la investigación.

b.- Técnicas

Las técnicas utilizadas en el desarrollo de la investigación fueron:

Observación:

Es una técnica objetiva y directa para conocer la realidad del objeto de estudio.

Encuesta:

En la investigación se tomó como población a los socios de la Asociación de apicultores 25 de julio de la comuna Quimis del cantón Jipijapa, se utilizó un cuestionario de preguntas que sirvió para la elaboración del proyecto y establecer los resultados, discusión y conclusiones al final del proceso investigativo.

Entrevista:

Esta técnica se basó en un formulario de preguntas dirigida a la Presidenta de la Asociación de apicultores 25 de julio de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Población

La población que se consideró para el desarrollo del proceso investigativo fueron los 58 miembros de la Asociación de apicultores 25 de julio de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

c.- Recursos**Talento Humano**

Investigador

Tutora

Miembros de la Asociación de apicultores 25 de julio

Materiales

Computadora

Impresora

Flash memory

Tinta de impresora

Hojas A4

Cd

Material de oficina

VIII.- PRESUPUESTO

| CONCEPTOS | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | TOTAL |
|-----------------------------------|-----------------|---------------------------|---------------|
| Copias de encuestas | 90 | 0,03 | 2,70 |
| Movilizaciones | 15 | 5,00 | 75,00 |
| CD-RW | 3 | 1,50 | 4,50 |
| Resma de papel | 3 | 4,00 | 12,00 |
| Impresión de borrador de proyecto | 100 | 0,15 | 15,00 |
| Impresión final del Proyecto | 300 | 0,15 | 45,00 |
| Empastado de tesis | 2 | 20,00 | 40,00 |
| Imprevistos | | | 100,00 |
| TOTAL | | | 296,90 |

El valor del presupuesto es de doscientos noventa y seis, 90/100 (\$ 296,90) que son autofinanciados por el investigador del presente estudio.

IX.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

Al haber desarrollado el presente trabajo de investigación podemos resaltar que las investigaciones relacionadas a la extracción de aceites esenciales son muy importantes, ya que uno de los primeros países en realizar investigaciones agroalimentarias fue España, en las cuales desarrollan cultivos experimentales de plantas aromáticas y medicinales las cuales son aprovechadas para la producción de materias primas transformadas de alta calidad.

En el proceso investigativo sobre la comercialización del aceite e incienso del palo santo (*Bursera graveolens*) y su impacto económico en la comuna Quimis del cantón jipijapa, se obtuvo los siguientes resultados:

En primera instancia se hizo un diagnóstico para conocer la realidad del sector en cuanto a la venta de los derivados de palo santo, donde se identificó el control de calidad que llevan estas familias que comercializan aceite e incienso del palo santo en este sector. En el diálogo obtenido con una de las familias que comercializan este producto como es el aceite e incienso de palo santo, manifestaron que ellos tienen una agrupación llamada Asociación de Apicultores 25 de julio.

Entre los resultados se pudo destacar que el abastecimiento de la materia lo hacen en los meses de verano cuando el invierno se ha ido y deja la oportunidad para que la gente ingrese al bosque y se hace mediante un plan de entrega de los productos en el mercado (100 a 200 barras de 50cm de largo), y el precio que se pueda dar en el campo es de \$ 0, 75

a 1,00 dólar la barra, permitiéndole una mejor calidad de vida para quienes podrían vivir de esta actividad, a la vez dándole capacitación a quienes trabajan para que realicen mejor su trabajo por lo que la situación económica actual lo requiere.

Cuadro N° 1: Barra de palo santo

| Alternativa | Cantidad | Precio | Total |
|----------------------------|-----------------|---------------|------------------|
| Barras de palo santo 50 cm | 90 | \$ 1,00 | \$ 90,00 |
| Barras de palo santo 50 cm | 110 | \$ 0,75 | \$ 82,50 |
| TOTAL | | | \$ 172,50 |

Fuente: Asociación de Apicultores 25 de julio.

Elaborado por: Pinela Gómez Walther Rene

Este abastecimiento está regido por las metas de producción de la microempresa y la demanda del mercado consumidor, la cual se lo hará exclusivamente en la asociación, aprovechando la producción de la zona, motivando el desarrollo productivo y a la reforestación de este árbol, el volumen de materia prima producido en la zona cubre la demanda actual del pedido que se entrega 70 litros de palo santo a los Estados Unidos.

El Volumen y distribución relativa del aceite y derivados del palo santo, es en base al procesamiento de los derivados del palo santo que se usa una fase secuencial y técnica que causa un mínimo impacto ambiental por no decir ningún tipo de contaminación. Ya que en su actividad mayormente se utiliza una máquina con sistema a gas pero debemos destacar que el 99% de los hogares ecuatorianos utilizan este combustible para la preparación de sus alimentos, en la actualidad no existe estudio alguno que demuestre algún tipo de molestia a la salud humana.

En la asociación la máquina que se utiliza no es de alta tecnología, por cuanto la cantidad que se extrae de aceite no es un volumen alto, todo depende del nivel de venta o

pedido que se tenga para exportar, esto es lo que permite extraer la máxima cantidad de aceite de la leña del palo santo, y otras herramientas secundarias.

Cuadro N° 2: Volumen de aceite de palo santo mensual

| Alternativa | Cantidad | Precio unitario | Total |
|------------------------|-----------------|------------------------|--------------|
| Producción de aceite | 100 litros | \$ 50,00 | \$ 5.000,00 |
| Producción de incienso | 300 paquetes | \$ 0,30 | \$ 90,00 |
| TOTAL | | | \$ 5.090,00 |

Fuente: Asociación de Apicultores 25 de julio.

Elaborado por: Pinela Gómez Walther Rene

La mano de obra que se emplea para la producción del aceite e incienso del palo santo o (*Bursera graveolens*) en la Comuna Quimis, provincia de Manabí es de cuatro empleados directos quienes hacen el proceso industrial del producto. Además se emplea de forma Indirecta 8 personas (goma para incienso, ebanista hace aserrín para incienso, vendedores de palo, los que trabajan en los molinos triturando palo santos para obtener el aceite.

Cuadro N° 3: Trabajadores en producción de aceite de palo santo

| Alternativa | Cantidad | Sueldo mensual | Total mensual |
|--------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|
| Trabajadores | 4 | \$ 200,00 | \$ 800,00 |
| TOTAL | | | \$ 800,00 |

Fuente: Asociación de Apicultores 25 de julio.

Elaborado por: Pinela Gómez Walther Rene

Otro aspecto importante que se recabo en la recopilación de la información fue sobre el proceso del aceite e incienso, que no exige la instalación de equipos sofisticados y de gran tecnología que demanda una alta inversión en bienes de capital; muy por el contrario es un

proceso sencillo que por medio de una elevada temperatura se destile el aceite y considerado los menores costos de materia prima, Se ha establecido como precio promedio "\$100,00" el litro de aceite. La asociación mantiene la convicción de beneficiar al sector consumidor con precios competitivos.

La principal estrategia que tienen en mente los señores de la Asociación es ingresar al mercado con un producto original de primera calidad tanto en presentación como en contenido que satisfaga los gustos y necesidades del consumidor, promocionar constantemente la existencia del nuevo producto en el mercado a través de avisos publicitarios, slogan, trípticos, afiches entre otros.

Además ellos esperan tomar decisiones para buscar nuevos canales de distribución más apropiados para la venta de su producto, quieren hacer cambios en las estrategias de promoción y publicidad. .

En los resultados se pudo evidenciar que en el proceso de la comercialización, lo que se produce se consume en la misma zona es un producto no perecible y se vende dependiendo de la estrategia comercial que tiene que ver con el flujo de caja de su propia economía, si ellos tienen cien frascos los van sacando de acuerdo a sus necesidades ya que estas ventas las hacen en sus respectivos puestos en la comuna Quimis. La comercialización asociativa se lo podría ver en medida de los mercados que se logren captar. Al momento esta actividad se la realiza individualmente porque no se generan volúmenes altos, este es el motivo para que su comercialización no sea rápido sin embargo esto refleja una ventaja porque no incurren en costos adicionales propios de esta actividad. Es importante

mencionar que las ventas aumentan principalmente en feriados en los que hay flujo de turistas.

El sistema de comercialización lo realizan los socios de la 25 de Julio en la carreta de alto tráfico vehicular y turístico Manta –Guayaquil. Las ventas la realizan en sus pequeñas puestos en la comuna Quimis. Para esta actividad se han instalado vallas publicitarias para promocionar el aceite de palo santo.

Algo muy importante que manifestaron estas personas de la Asociación 25 de Julio, es que ellos han recibido capacitación para mejorar la calidad de su producto. Estas capacitaciones lo consideran de alto nivel, porque estuvo a los requerimientos sobre la producción, comercialización y la parte administrativa. Estos temas fueron con un acompañamiento en el sentido de que la capacitación no solo se la realizó en forma de charlas técnicas, ya que estas fueron fortalecidos con talleres prácticos en la producción y en temas administrativos con participación en foros, ferias intercambios y giras adquiriendo conocimientos desde un aprendizaje desde la práctica.

Este proceso ha ampliado las capacidades de los y las integrantes de la asociación en temas de liderazgo, aspectos contables y productivos estos han sido centrados y pertinentes y han contribuido en un alto grado al acceso al conocimiento, a la información y al uso de tecnologías y al desarrollo de habilidades, fomentando el crecimiento personal, familiar y comunitario.

Desde este punto de vista las familias que viven en la carretera Jipijapa - Manta que producen aceite e incienso de palo santo, tienen un promedio en la comercialización de sus

productos, los que les permite tener mejores ingresos, esto impacta económicamente en su calidad de vida, pero quienes viven en las cercanías no tienen el mismo ingreso.

Cuadro N° 4: Niveles de venta de aceite e incienso de palo santo

| Alternativa | Cantidad | Precio unitario | Total |
|--------------------|-----------------------|------------------------|---------------------|
| Ventas de aceite | 70 litros | \$ 100,00 | \$ 7.000,00 |
| Ventas de aceite | 1.000 unidades (30ml) | \$ 4,00 | \$ 4.000,00 |
| Ventas de incienso | 100 paquetes | \$ 1,00 | \$ 100,00 |
| TOTAL | | | \$ 11.100,00 |

Fuente: Asociación de Apicultores 25 de julio.

Elaborado por: Pinela Gómez Walther Rene

Cabe mencionar que si estas familias comercializan a otros países en gran escala, superarían su nivel de venta y mejoraría su nivel económico. Es aquí donde se debe fortalecer los sectores microempresariales, a través de estudios para que estas familias puedan comercializar su producto directamente.

Discusión

Se pudo evidenciar que el aceite que se extrae del palo santo es comercializado y tiene aceptación por las personas que transitan por la vía que conduce a Manta o Portoviejo, para esto se cita lo señalado en las conclusiones de la investigación de (Del Valle & Zambrano, 2015):

Se identificó a las plantas autóctonas de Manabí que contenían la mayor cantidad de aceites esenciales mediante información bibliográfica, teniendo como resultado al palo santo, hierba luisa y menta siendo estas plantas las que encabezan la lista.

Se pudo constatar que las familias que viven a la orilla de la carretera comercializan de mejor manera los productos del palo santo, no así las que viven lejos de la vía en la comuna Quimis, en relación a esto se citó lo señalado en Hurtado, 2014, en su estudio analizó la producción del aceite e incienso del palo santo o (*Bursera graveolens*), llegando a la conclusión que esto “permite mejorar la economía y calidad de vida de los habitantes, porque su propiedad curativa es factible, al mercado internacional”.

Del mismo modo se enfatizó en la señalado en el estudio de (Hurtado, 2014) “La producción del aceite e incienso del palo santo o (*Bursera graveolens*) permite mejorar la economía y calidad de vida a los habitantes del cantón puerto López, provincia de Manabí” (p. 55).

La extracción del aceite de palo santo para su comercialización, genera fuentes de empleo las personas lo hacen a través de trozos de 50 cm esto es muy importante ya que es la manera más adecuada para sacar mayor rendimiento, esto se indica en la investigación de (Mora Moscoso, 2014) en sus conclusiones:

La extracción del aceite esencial de palo santo mediante destilación por arrastre de vapor a escala semi-piloto presentó un rendimiento del 2,77% cuando se trabajó con la madera en forma de astillas, mientras que el rendimiento con madera en forma de virutas alcanzó al 3,49%; comprobándose que la utilización de la viruta logra un mayor porcentaje de extracción. (p. 87).

Considerando las investigaciones anteriores se fundamenta este trabajo investigativo, ya que en la provincia y en el país este es un tema que no se ha explotado en su totalidad, a

pesar de que existe una extensa biodiversidad, con numerosas especies de plantas, que bien pueden ser aprovechadas para este tipo de estudios. Con los ensayos experimentales realizados, se logrará conocer con certeza los rendimientos de plantas autóctonas de Manabí para la extracción de aceites esenciales mediante métodos tecnificados, donde se puede destacar al palo santo el cual obtuvo mejores resultados en las investigaciones. Al hacer un análisis del contexto mundial sobre la producción de aceites esenciales, se puede decir que este es un área de la Ingeniería Química que se puede explotar, tomando en cuenta que, el mercado de los aceites esenciales en el Ecuador está creciendo y al realizar más proyectos de este tipo, se podría generar aportar al cambio de la matriz productiva y a su vez se puede cubrir las importaciones de estos productos.

Conclusiones

Una vez culminada la presente investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones:

La producción del aceite e incienso del palo santo o (*bursera graveolens*) permite mejorar la economía y calidad de vida a los habitantes de la comuna Quimis del cantón Jipijapa.

Por sus propiedades curativas es factible la producción del aceite e incienso del palo santo, el mismo que será muy factible posicionarlo en el mercado internacional en distintos países.

La Asociación 25 de Julio solo exporta aceite a los Estados Unidos, en volúmenes pequeños, es decir solo 70 litro de aceite de palo santo al mes.

Las ventas de aceite e incienso de palo santo, les genera a las familias de la comuna Quimis un impacto económico que le ayuda a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Recomendaciones

Es recomendable estimular la producción del aceite e incienso del palo santo con la finalidad de mejorar la economía y calidad de vida a los habitantes de la Comuna Quimis del cantón Jipijapa, y aumentar las opciones de empleo en el sector.

Aprovechar las propiedades curativas por medio de la producción del aceite e incienso del palo santo, a través de su correcto posicionamiento en el mercado.

Promover los diferentes derivados del palo santo para obtener sus beneficios y reforestar su especie como un medio sustentable del medio ambiente.

XI.- BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, Z. (2012a). *Aprovechamiento de palo santo Bursera graveolens (Kunth) Triana & Planch en el Ecuador, con enfoque de impacto reducido*. Universidad Pinr del Río Cuba. Obtenido de 9 pp. Disponible en: <http://www.monografias.com>
- Arellano, R. (2004). *Comportamiento del Consumidor*. México: McGraw- Hill. Obtenido de <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/8047/1/42T00429.pdf>
- Arias, C. C. (2017). *Desarrollo y optimización de una loción con propiedad repelente a base e aceite esencial de palo santo (Bursera graveolens)*. Loja - Ecuador. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/16955>
- De Juan, M. (2005, p. 13). *Comercialización y Retailing, distribución comercial aplicada*. Madrid España: Editorial PEARSON Prentice Hall.
- Definición ABC. (2018). *Comercialización*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>
- Del Valle, S. H., & Zambrano, D. J. (2015). *Extracción de aceites esenciales de plantas autónomas menta (menta piperina L.) palo santo (bursera graveolens), hierba luisa (cimbopongon citratus) de la provincia de Manabí, con potenciales de industrialización*.
- Diccionario. (s.f.). *Eco-Finanzas*. Obtenido de <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/COMERCIALIZACION.htm>
- Dols, P. (2010). *El aroma sagrado de la madera*. Ecuador. Obtenido de <https://www.elblogalternativo.com/2010/11/14/palo-santo-el-aroma-sagrado-de-la-madera-entrevistamos-al-experto-pedro-dols/>
- Hurtado, M. E. (2014). *La producción del aceite e incienso del palo santo o (bursera graveolens) en el cantón Puerto López, Provincia de Manabí*. Tesis, Guayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9612/1/TESIS_DE_GRADO%20MARCOS%20EUGENIO%20HURTADO%20septiembre%2011%202014.pdf
- Hurtado, M. E. (2014, pp. 44-52). *La producción del aceite e incienso del palo santo o (BURSERA GRAVEOLENS) en el cantón Puerto López*. Uniersidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9612/1/TESIS_DE_GRADO%20MARCOS%20EUGENIO%20HURTADO%20septiembre%2011%202014.pdf
- Kloter, P. (2007). *Dirección de Mercadotecnia*. México.: Prentice Hall. Obtenido de <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/8047/1/42T00429.pdf>
- Larrea, M. S. (2009). *Diagnóstico de la diversidad florística y de las especies vegetales promisorias en los bosques protectores de Cantagallo y Sancán*. Ecuador. Jipijapa.
- Manzano, P. (2013). *potencial fitofármaco de bursera graveolens sp (palo santo), del bosque seco tropical, península de santa elena, provincia del guayas*. Santa Elena:

- Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699. Obtenido de <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- McCarthy, & Perreault. (2004). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/329639849/Comercializacion-Citas-Segun-Autores>
- Melrose, J., Perroy, R., & Careas, S. (2015). *Statewide Agricultural Land Use Baseline*.
- Mora Moscoso, G. A. (2014). Diseño de una planta para la extracción del aceite esencial de palao santo (*Bursera graveolens*) mediante destilación por arrastre de vapor. Quito, Pichincha, Ecuador: Repositorio Escuela Politécnica Nacional. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/7146/1/CD-5342.pdf>
- Morillo, L. (2015, p.109). *Estudio Fenológico y Propagación de Bursera graveolens (Kunth) Triana & Planch En La Comunidad de Malvas, Cantón Zapotillo, Provincia de Loja*. Loja.
- Nerio, L. S., Olivero, J., & Stashenko, E. (2010). *Repellent activity of essential oils: A review*. *Bioresource Technology*, 101(1). Obtenido de <http://doi.org/10.1016/j.biortech.2009.07.048>
- Ortuño, S. M. (2006). *Manual Práctico de aceites esenciales, aromas y perfumes*. Murcia: Aiyana Asociación.
- Pérez, P. J. (2018). *Definición de impacto económico*. Obtenido de (<https://definicion.de/impacto-economico/>)
- Pinta, Q. D. (2015). *Procesos biotecnológicos para la proliferación y enraizamiento in vitro de palo santo BURSERA GRAVEOLENS (KUNTH) Triana & Planch, provenientes del bosque seco de la provincia de Loja*. Loja. Obtenido de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10297/1/TESIS%20DE%20PALO%20SANTO%20D.%20P.%20Fe.%2020-11-15%20-%20.pdf>
- Programa de Pequeñas Donaciones. (2014). *Sistematización del proceso de producción de aceite de palo santo como un producto derivado del Bosque Seco Sancán*. Sancán .
- PwC. (s.f.). *Estudios de Estudios de Impaactos Económicos*. Obtenido de <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>
- Stanton, W., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw- Hill. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/329639849/Comercializacion-Citas-Segun-Autores>
- Tituaña, M. (2006). *Plan de uso y manejo del "Palo Santo" Bursera graveolens en la comunidad de Agua Blanca, parroquia Machalilla provincia de Manabí*. Quito. Obtenido de <http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-de-mercado-Palo-santo.pdf>

XII.-

A**N****E****X****O****S**

ANEXO 1

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN 25 DE JULIO DE LA COMUNA QUIMIS

1.- ¿Qué tiempo tiene vendiendo aceite e incienso de palo santo?

Aproximadamente 15 años, primero me inicié vendiendo las barritas de palo santo, y después comencé a sacar el aceite y otros derivados.

2. ¿Dónde comercializa el producto?

La venta diaria que se realiza en esta zona, y como asociación solo entregamos a los Estados Unidos 70 litros al mes, porque la microempresa no tiene grandes máquinas para extraer más aceite y fabricar otros productos para exportar a nivel internacional.

3. ¿Es rentable para usted la producción del aceite e incienso de palo santo?

Si este negocio nos ayuda económicamente.

4.- ¿Cree usted que si se obtiene otros implementos de equipos para la producción del aceite y otros derivados les generaría mayores ingresos?

Sí, porque toda la comunidad se dedicaría a producir más.

5.- ¿Cree usted que con la venta de estos productos se ha logrado un impacto económico y desarrollo del sector?

Si, antes no teníamos casas cerca del carretero, vivíamos en la montaña, ahora con la venta del palo santo hemos logrado estar asociarnos y tener nuestros propios ingresos.

ANEXO 2

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA EL ANEGADO DEL CANTÓN JIPIJAPA

1.- ¿Considera usted que es importante el cultivo de palo santo en el sector?

Tabla N° 1: Importante el cultivo de palo santo

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 45 | 77,59% |
| De acuerdo | 12 | 20,69% |
| Indiferente | 1 | 1,72% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis

Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Grafico 1

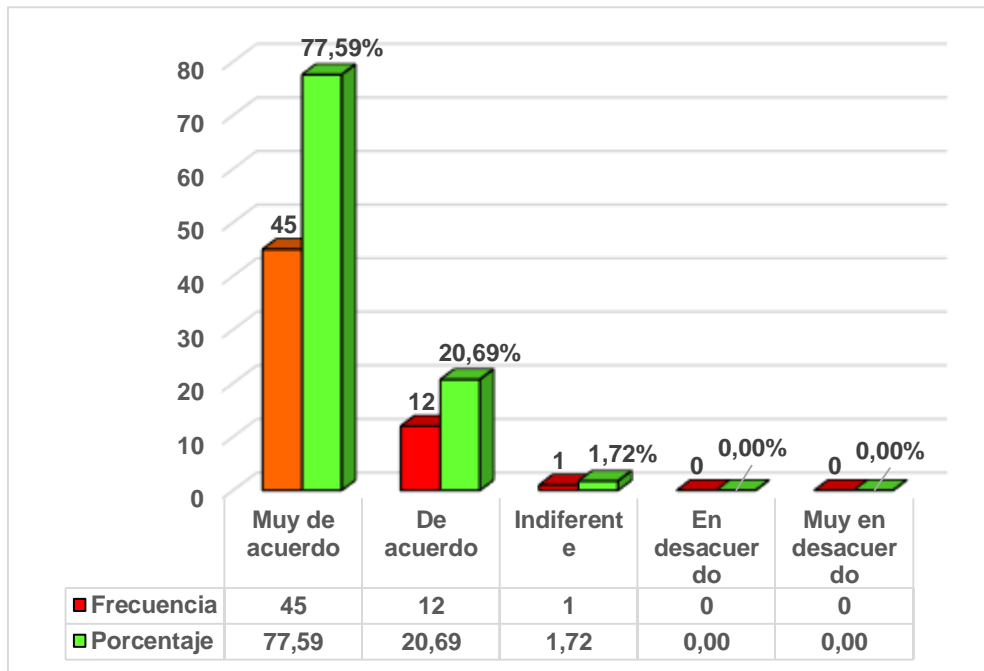


Gráfico N° 1: Importante el cultivo del palo santo

2.- ¿Cree usted que el palo santo debe ser procesado para aprovechar sus derivados?

Tabla 2: Aprovechar los derivados del palo santo.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 48 | 82,76% |
| De acuerdo | 10 | 17,24% |
| Indiferente | 0 | 0,00% |
| En desacuerdo | 0 | 0,00% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0,00% |
| TOTAL | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Grafico 2

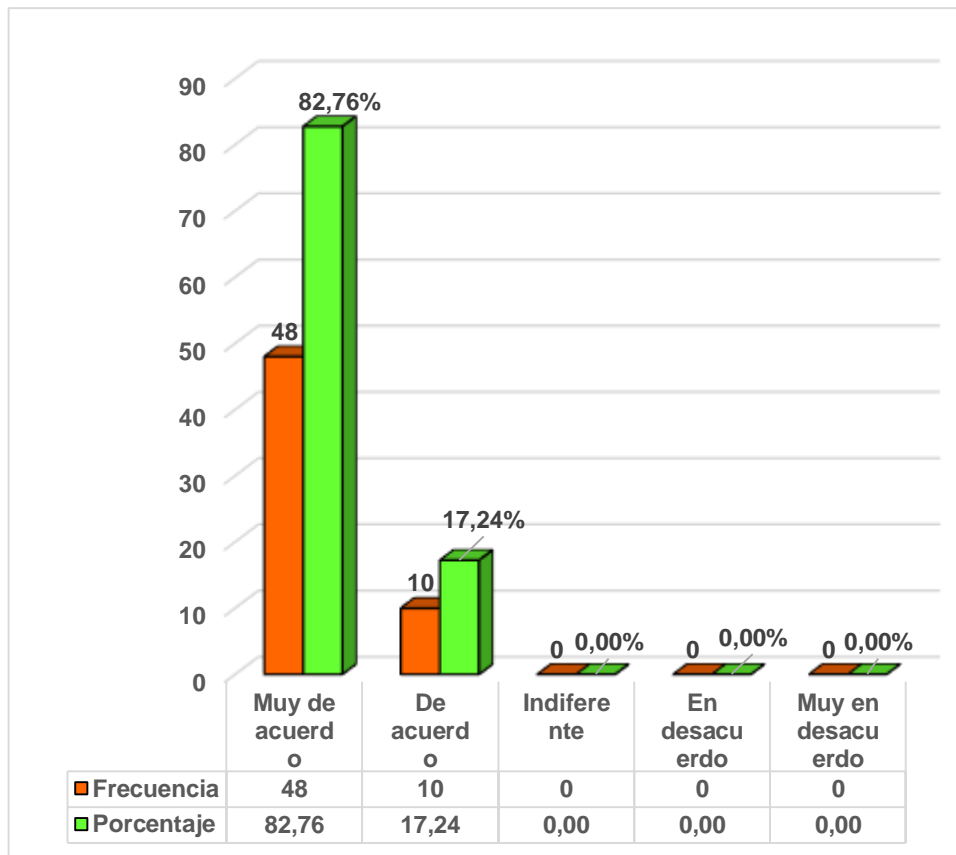


Gráfico 2: Aprovechar los derivados del palo santo

3.- ¿Cree usted que aprovechando el 100% del palo santo se mejorara la economía de la localidad?

Tabla 3: Mejorar la economía de la localidad

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| Muy de acuerdo | 30 | 51,72% |
| De acuerdo | 25 | 43,10% |
| Indiferente | 3 | 5,17% |
| En desacuerdo | 0 | 0,00 |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0,00 |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Grafico 3

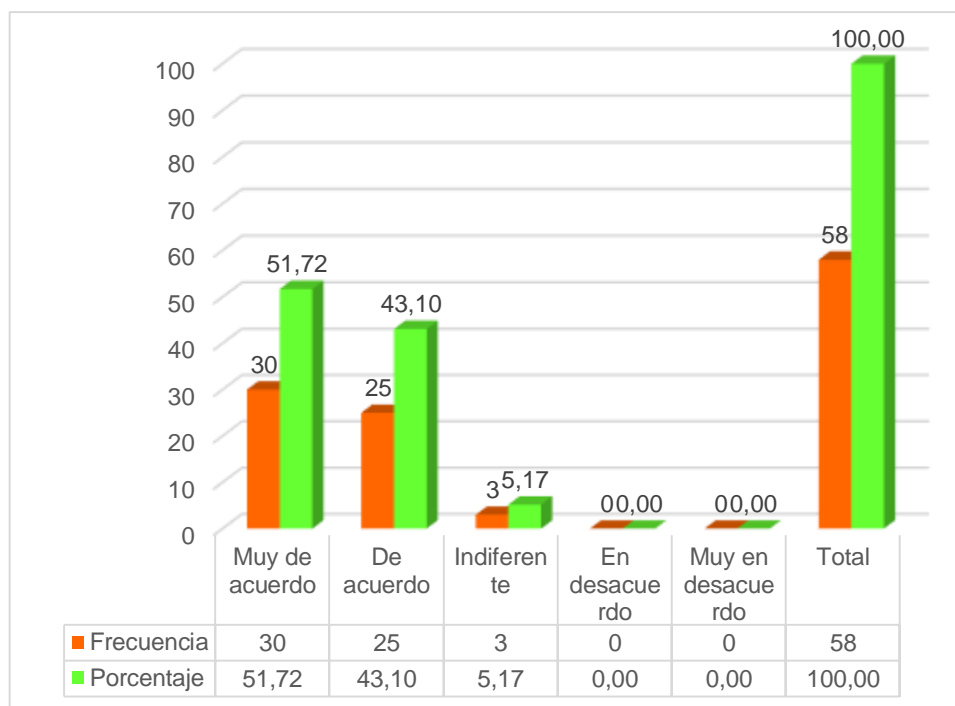


Gráfico 3: Mejorar la economía de la localidad

4.- ¿Considera usted que la asociación lleva un control de calidad para extraer el aceite e incienso de palo santo?

Tabla 4: Mejorar el consumo del palo santo.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 58 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Gráfico 4

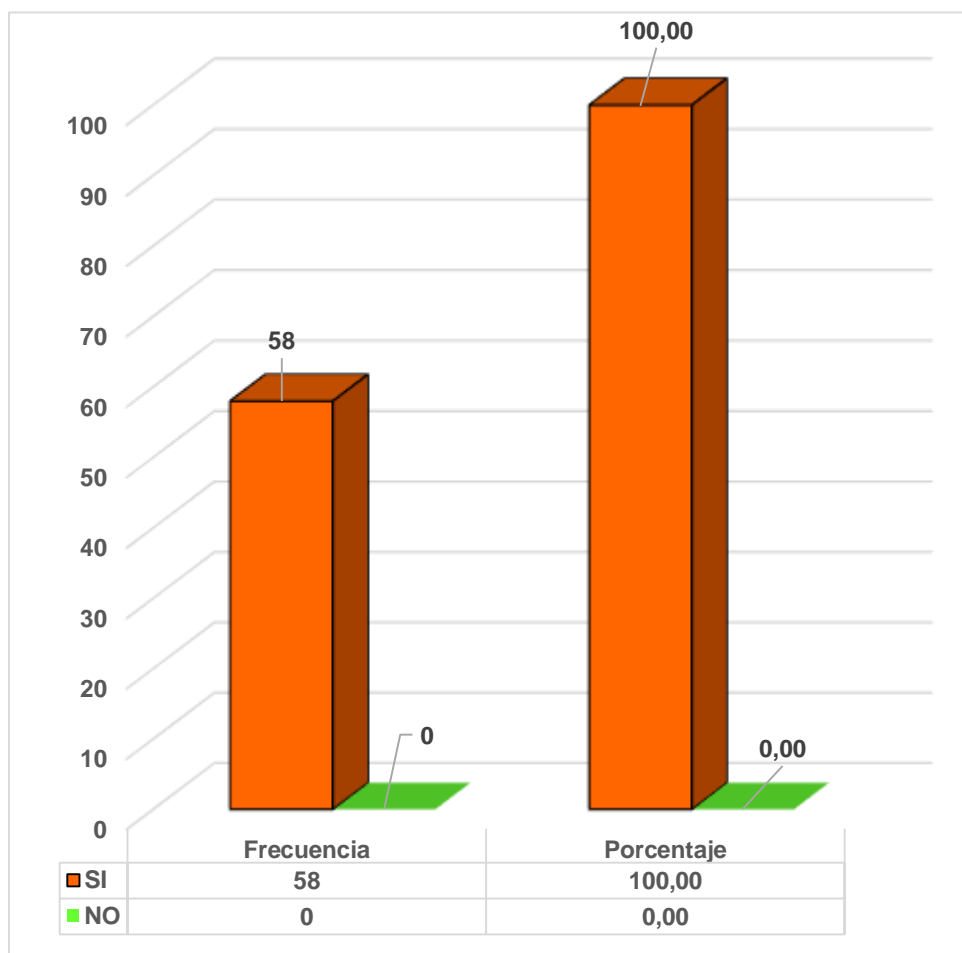


Gráfico 4: Mejorar el consumo del palo santo

5. ¿Cree usted que la asociación tiene las condiciones necesarias para la extracción de aceite e incienso de palo santo?

Tabla 5: Condiciones necesarias para elaborar el aceite del palo santo

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|----------------|
| Muy de acuerdo | 35 | 60,34% |
| De acuerdo | 15 | 25,86% |
| Indiferente | 8 | 13,79% |
| En desacuerdo | 0 | 0,00% |
| Muy en desacuerdo | 0 | 0,00% |
| Total | 58 | 100,00% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Grafico 5

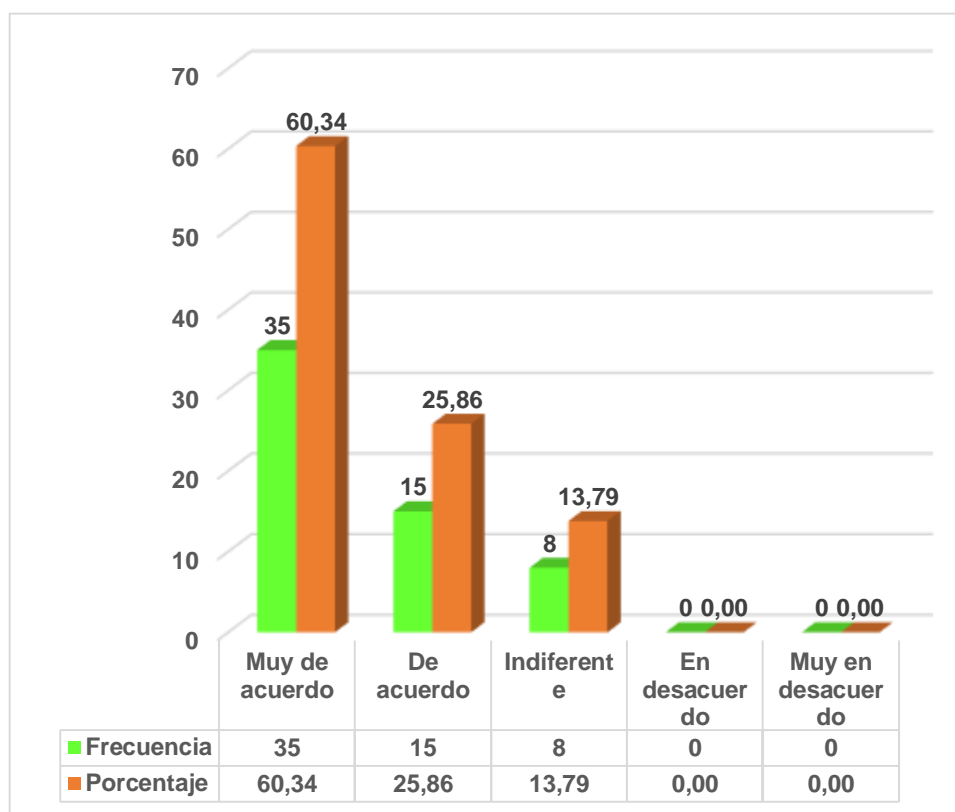


Gráfico 5: Condiciones necesarias para la elaboración del aceite de palo santo.

6.- ¿Cuál es su ventaja competitiva internacional que lo ha ayudado a comercializar aceite e incienso de palo santo?

Tabla 6: Ventaja competitiva para comercializar el aceite e incienso de palo santo

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Precios | 30 | 51,72% |
| Calidad | 15 | 25,86% |
| Competitivos en Productos naturales | 13 | 22,41% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimís
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Gráfico 6

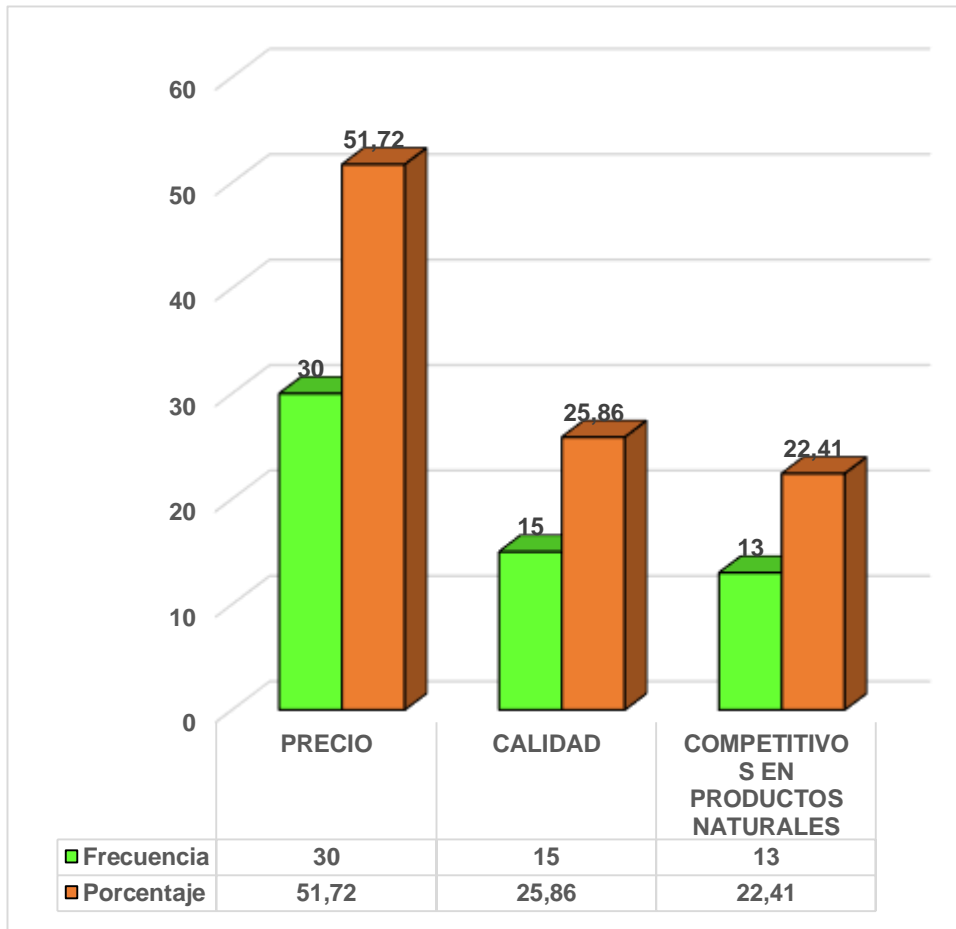


Gráfico 6: Ventaja competitiva para comercializar aceite e incienso de palo santo

7. ¿Cuál de estas alternativas le ha ayudado a comercializar exitosamente aceite e incienso de palo santo?

Tabla 7: Comercializar exitosamente aceite e incienso de palo santo

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Equipo de trabajo eficiente | 30 | 51,72% |
| Contactos idóneos | 28 | 48,28% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Gráfico 7

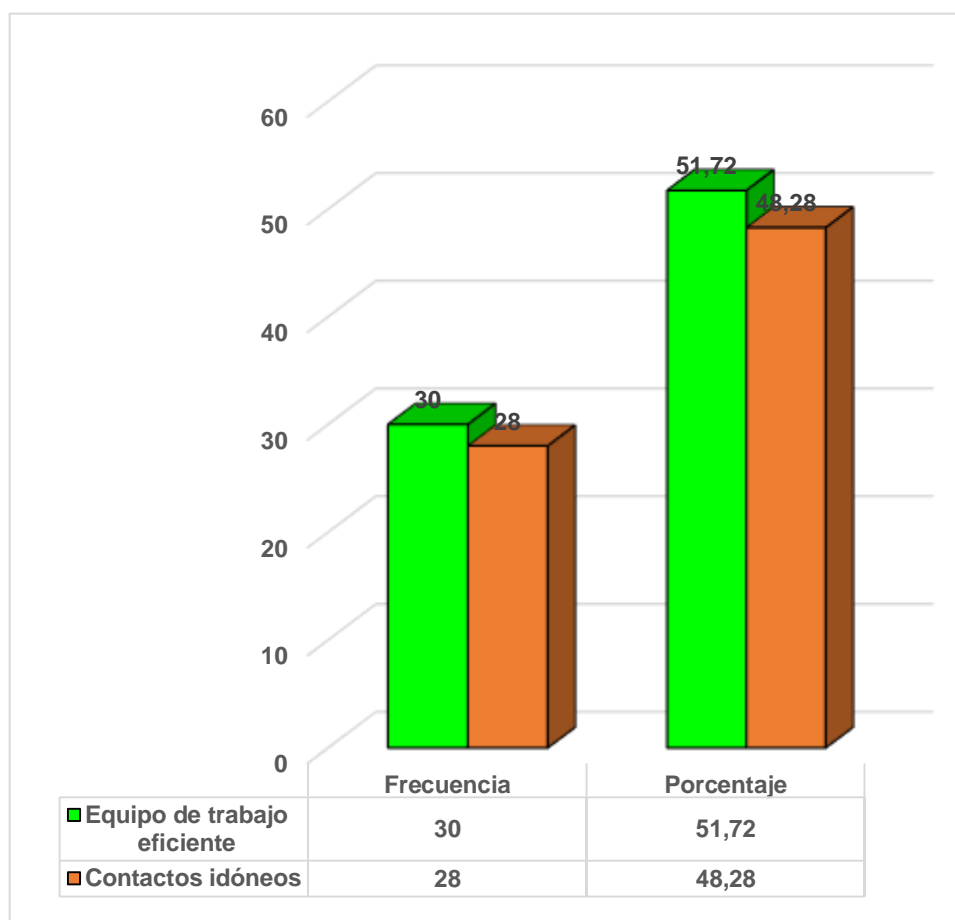


Gráfico 7: Comercializar exitosamente aceite e incienso de palo santo

8.- ¿Cuál de estos canales de distribución utiliza para comercializar aceite e incienso de palo santo?

Tabla 8: Canales de distribución

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|-------------|
| Intermediarios | 35 | 60,34% |
| Local | 23 | 39,66% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Pinela Gómez

Grafico 8

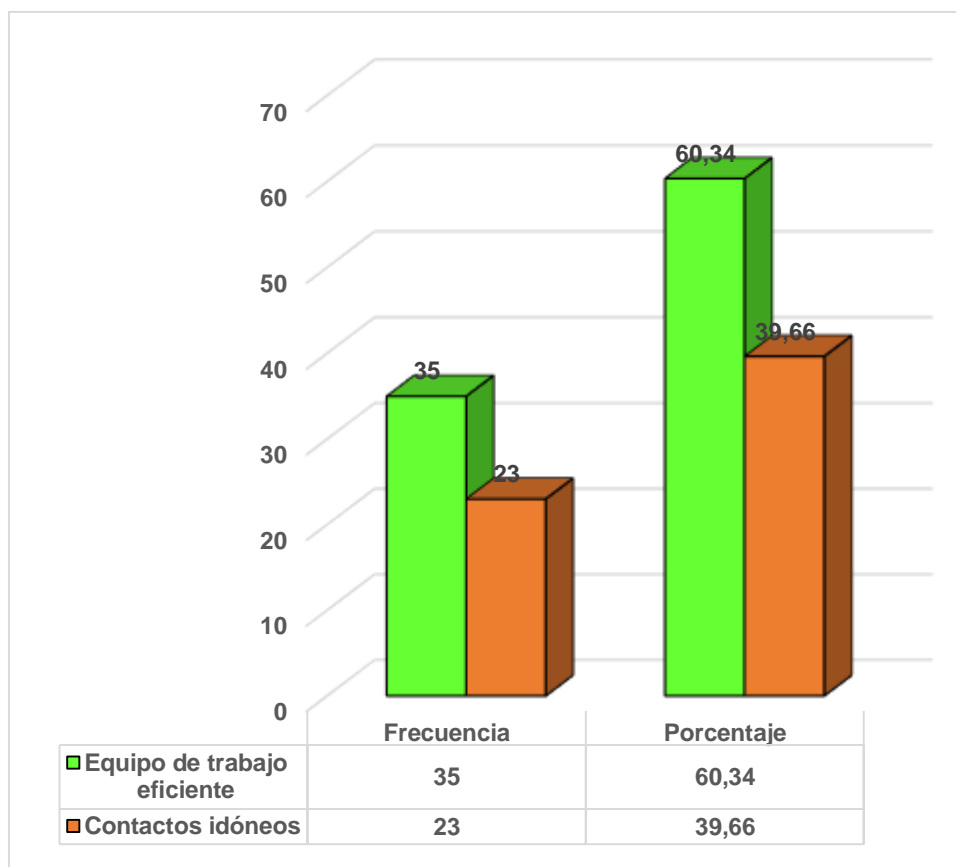


Gráfico 8: Canales de distribución

9. Cómo calificaría usted el impacto generado por la venta de aceite e incienso del palo santo:

Tabla 9: Impacto en ventas de aceite e incienso

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Alto | 15 | 25,86% |
| Medio | 35 | 60,34% |
| Bajo | 8 | 13,79% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Grafico 9

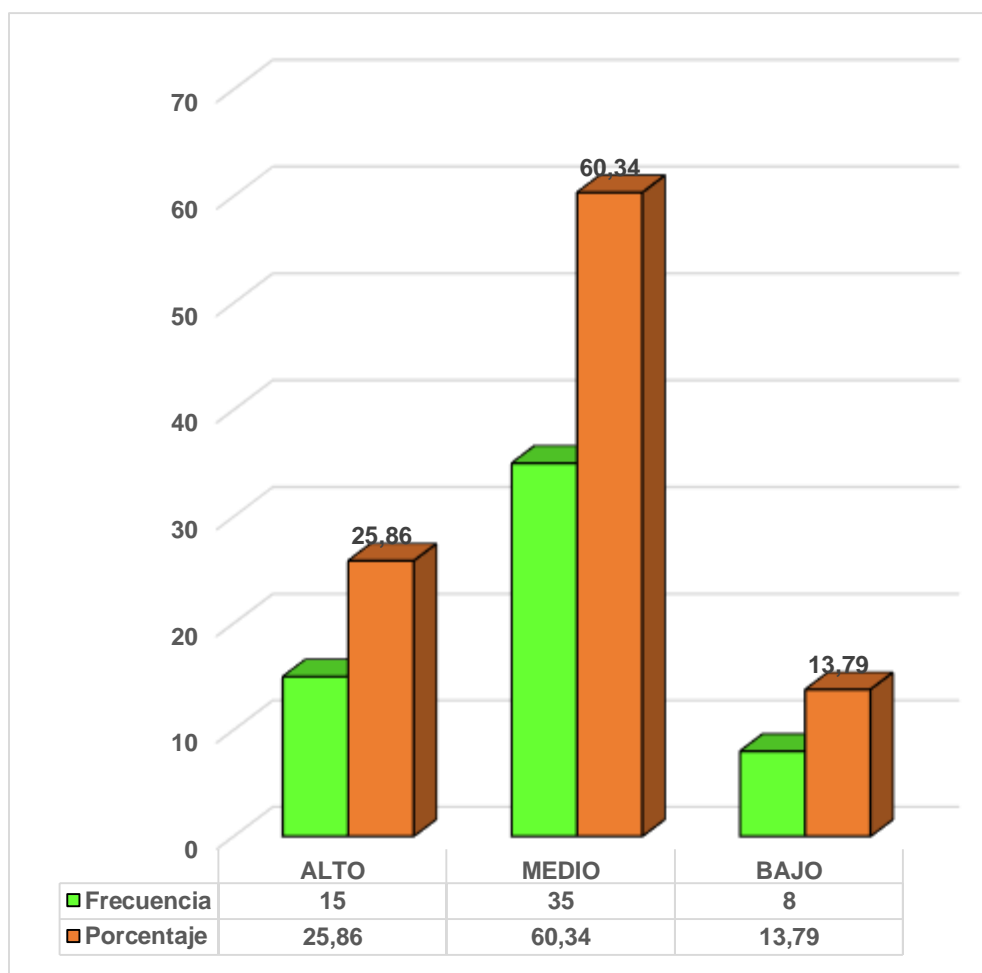


Gráfico 92: Impacto en ventas de aceite e incienso

10. Cómo calificaría usted el impacto generado por la venta de aceite e incienso del palo santo:

Tabla 10: Calificación por el impacto en ventas

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Alto | 15 | 29,80% |
| Medio | 35 | 52,98% |
| Bajo | 8 | 17,22% |
| Total | 58 | 100% |

Fuente: Miembros de la Asociación de Apicultores 25 de julio de la Comuna Quimis
Elaboración: Walther Rene Pinela Gómez

Grafico 10

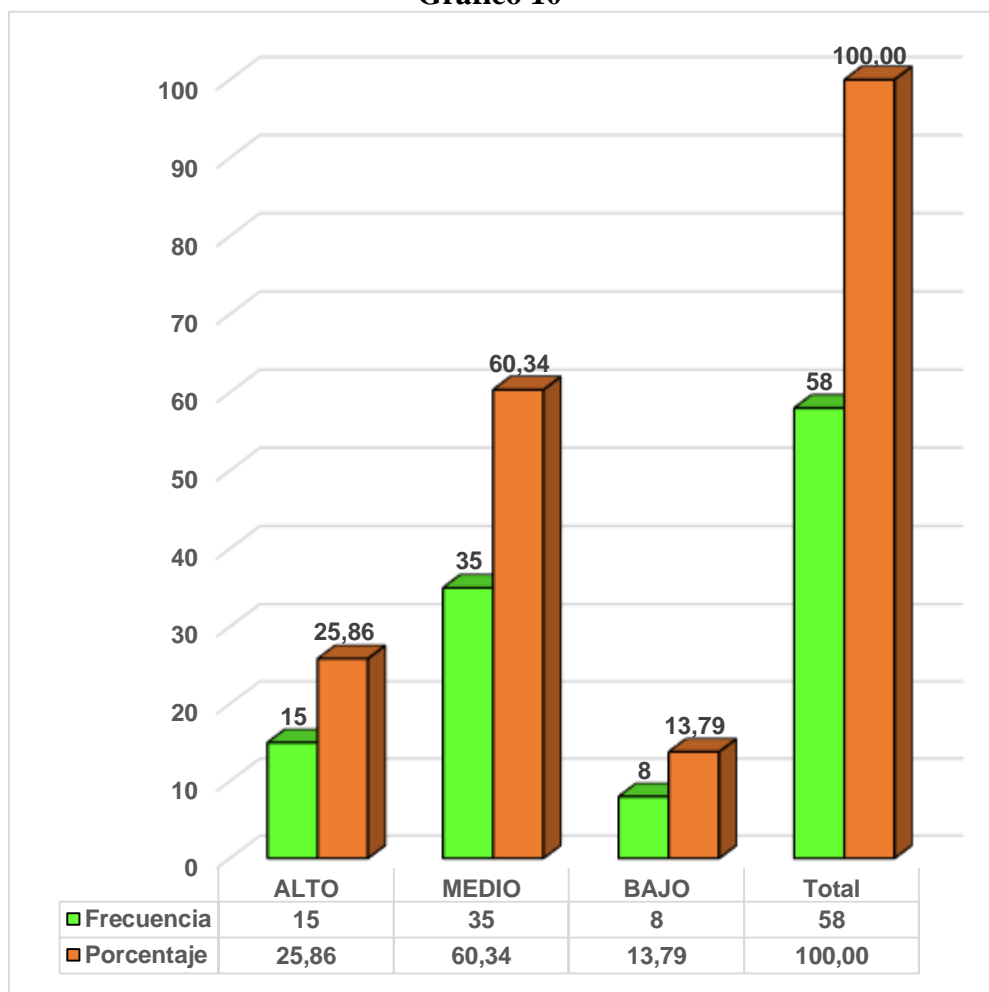


Gráfico 30: Calificación por el impacto en ventas

ANEXO 3

FOTOS DE ENTREVISTA CON LA PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE APICULTORES 25 DE JULIO DE LA COMUNA QUIMIS



FOTOS ENCUESTAS A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN DE APICULTORES 25 DE JULIO DE LA COMUNA QUIMIS



FABRICA DONDE SE EXTRAHE EL ACEITE Y EL INCIENSO



ACEITE Y EL INCIENSO



ANEXO 4

FOTOS DE TUTORIAS

