

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

**“Comercialización de la uvilla (Physalis Peruviana) cultivada en la  
Provincia del Carchi y la demanda requerida en el mercado Holandés”**

Tesis de grado previa la obtención del título  
de Ingeniero en Comercio Exterior y  
Negociación Comercial Internacional

**AUTOR: Jairo Danilo Guerra Paucar**

**ASESOR: Dr. Luis Sanipatín**

**TULCÁN - ECUADOR**

**AÑO: 2013**

## CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Jairo Danilo Guerra Paucar con el número de cédula 0401095807 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La comercialización de la uvilla (*Physalis Peruviana*) cultivada en la Provincia del Carchi y la demanda requerida en el mercado Holandés”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

-----

Doc. Luis Sanipatín

Tulcán, 13 de Noviembre de 2013.

## **AUTORÍA DE TRABAJO.**

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía Empresarial.

Yo, Jairo Danilo Guerra Paucar con cédula de identidad número 0401095807 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Jairo Danilo Guerra Paucar

Tulcán, 13 de Noviembre de 2013.

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.**

Yo Jairo Danilo Guerra Paucar, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 13 de Noviembre de 2013.

-----  
Jairo Danilo Guerra Paucar  
CI: 0401095807

## **AGRADECIMIENTO.**

Agradezco a Dios y al Divino Niño Jesús por haberme bendecido con unos padres incondicionales quienes son los pilares de mi vida y con su apoyo haber obtenido la perseverancia y la fortaleza necesaria para continuar y poder culminar con éxito esta carrera.

Les agradezco a mis Padres Pablo y Clara, a mis hermanos y a mi familia por su apoyo constante, por todos sus mensajes de aliento cuando más los necesite, palabras que me inspiraron en ponerle más ganas y así lograr mi meta.

A mi Tutor de tesis quien durante este proceso fue mi guía y me orientó para finalizar el proyecto.

Gracias por todo ese apoyo.

## **DEDICATORIA.**

Le dedico a Dios y al Divino Niño Jesús por haberme dado la oportunidad de tener los mejores Padres y haberme bendecido con una maravillosa familia, de la cual me siento muy feliz de pertenecer.

Este trabajo le dedico a mi padre Pablo Guerra quien con su disciplina ha sabido inculcar en mí la perseverancia y el esfuerzo, a mi madre Clara Paucar quien con su apoyo incondicional, su cariño y su paciencia me ayudo en mis momentos difíciles y a mi hijo Dayron Guerra por ser mi motivación diaria y mi razón de lucha constante.

A mis hermanos, a todos los integrantes de mi familia y amigos que con su apoyo y sus palabras aportaron para continuar en mi formación personal y profesional.

## ÍNDICE

CERTIFICADO.....	I
AUTORÍA DE TRABAJO.....	II
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO. ....	III
AGRADECIMIENTO. ....	IV
DEDICATORIA. ....	V
RESUMEN EJECUTIVO. ....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN. ....	XVI
1.    CAPÍTULO I EL PROBLEMA .....	1
1.1  PLANTEAMIENTO.....	1
1.2  FORMULACIÓN.....	2
1.3  DELIMITACIÓN .....	2
1.4  JUSTIFICACIÓN.....	2
1.5  OBJETIVOS.....	5
1.5.1  OBJETIVO GENERAL .....	5
1.5.2  OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	5
2.    CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
2.1  ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	6
2.2  FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	8
2.3  MARCO TEÓRICO.....	9
2.3.1  TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN .....	9
2.3.2  METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.3.3  VOCABULARIO TÉCNICO .....	11
2.4  IDEA A DEFENDER.....	13
2.5  VARIABLES.....	13
3.    CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	14
3.1  MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	14
3.2  TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	15
3.3  POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
3.4  OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	17
3.5  PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	19
3.6  PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	19

3.6.1 ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DE DESTINO (HOLANDA) .....	19
3.6.1.1 FACTORES SOCIO, ECONÓMICOS .....	19
3.6.1.2 FACTOR POLÍTICO.....	22
3.6.1.3 FACTOR LEGAL.....	25
3.6.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO.....	27
3.6.1.5 FACTOR GEOGRÁFICO.....	27
3.6.1.6 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM) .....	29
3.6.2 ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO.....	31
3.6.2.1 DEMANDA .....	31
3.6.2.2 OFERTA.....	32
3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR.....	36
3.6.3.1 FACTORES POLÍTICO, LEGALES.....	36
3.6.3.2 FACTOR SOCIO-ECONÓMICO .....	39
3.6.4 ANÁLISIS PRODUCTO - OFERTA .....	40
3.6.5 FODA.....	43
3.6.5.1 ANÁLISIS FODA .....	43
3.6.5.2 FUERZAS DE PORTER.....	44
3.6.6 PROYECCIONES DEL ESTUDIO.....	48
3.6.6.1 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	53
3.6.6.2 DEMANDA EFECTIVA .....	55
4. CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
4.1 CONCLUSIONES .....	58
4.2 RECOMENDACIONES .....	59
5. CAPÍTULO V PROPUESTA .....	61
5.1 TÍTULO .....	61
5.2 JUSTIFICACIÓN.....	61
5.3 OBJETIVOS.....	63
5.3.1 OBJETIVO GENERAL .....	63
5.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	64
5.4 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA .....	64
5.4.1 ESTUDIO TÉCNICO .....	64
5.4.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (DFI) .....	81
5.4.2.1 INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO Y EMBARQUE .....	81
5.4.2.2 INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE .....	82



5.4.2.3	MATRIZ DE PAÍS EXPORTADOR .....	82
5.4.2.4	MATRIZ DEL TRÁNSITO (TRANSPORTE) INTERNACIONAL .....	90
5.4.2.5	MATRIZ DEL PAÍS IMPORTADOR.....	92
5.4.3	EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	94
5.4.3.1	INVERSIÓN INICIAL .....	94
5.4.3.2	PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS .....	96
5.4.3.3	ESTADOS FINANCIEROS .....	97
5.4.3.4	FLUJOS DE EFECTIVO VAN Y TIR .....	99
5.4.3.5	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	100
6.	BIBLIOGRAFÍA .....	101
7.	ANEXOS .....	107

## Índice de Tablas

Tabla N° 1 Barreras Arancelarias .....	25
Tabla N° 2 Desempeño Logístico .....	27
Tabla N° 3 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio .....	29
Tabla N° 4 Lista de los principales 10 mercados proveedores para un producto de la partida 081090, “ <i>otros frutos frescos</i> ” importado por Países Bajos (Holanda) .....	33
Tabla N° 5 Lista de los principales 10 mercados importadores para un producto de la partida 081090, “ <i>otros frutos frescos</i> ” exportado por Países Bajos (Holanda) .....	33
Tabla N° 6 Valores expresados en miles de dólares, y ordenado por el valor total exportado 2008 -2012 .....	34
Tabla N° 7 Balanza Comercial Ecuador – Mundo 2007 – 2012 Miles USD	38
Tabla N° 8 Cultivos de uvilla en la Provincia del Carchi.....	39
Tabla N° 9 Datos referenciales cálculo de la oferta uvilla provincia Carchi .	41
Tabla N° 10 Oferta de uvilla producida en la provincia del Carchi para el año 2012 .....	42
Tabla N° 11 Proyección de la oferta de uvilla provincia del Carchi .....	49
Tabla N° 12 Importaciones históricas de “ <i>otros frutos frescos</i> ”.....	49
Tabla N° 13 Proyección de las importaciones en tn.....	50
Tabla N° 14 Exportaciones históricas de “ <i>otros frutos frescos</i> ”.....	51
Tabla N° 15 Proyección de las exportaciones en tn.....	51
Tabla N° 16 Consumo Aparente en Tn Holanda 2013 – 2017 .....	52
Tabla N° 17 Población de Holanda .....	53
Tabla N° 18 Población de Holanda Proyectada .....	54
Tabla N° 19 Consumo Per Cápita Anual.....	54
Tabla N° 20 Demanda Efectiva.....	56
Tabla N° 21 Requerimiento Espacio Físico.....	65
Tabla N° 22 Activos fijos .....	65
Tabla N° 23 Micro Localización Centro de Acopio .....	66
Tabla N° 24 Información básica del producto: .....	81
Tabla N° 25 Información Básica del Embarque .....	82
Tabla N° 26 Manipuleo en el local de exportador .....	87
Tabla N° 27 Documentación .....	87
Tabla N° 28 Transporte Interno.....	88
Tabla N° 29 Manipuleo de Embarque .....	88
Tabla N° 30 Agentes.....	89
Tabla N° 31 Costos Bancarios.....	89
Tabla N° 32 Flete Internacional.....	91
Tabla N° 33 Seguro Internacional .....	91
Tabla N° 34 Capital e Inventario - Transito Internacional.....	92

Tabla N° 35	Costos en el País Importador.....	93
Tabla N° 36	Precio en País Destino.....	94
Tabla N° 37	Inversión Fija.....	95
Tabla N° 38	Inversión Inicial .....	95
Tabla N° 39	Capital de Operación .....	95
Tabla N° 40	Estructura con Financiamiento.....	96
Tabla N° 41	Proyección Costos de Adecuación.....	96
Tabla N° 42	Gastos administrativos proyectados .....	97
Tabla N° 43	Gastos de exportación proyectados.....	97
Tabla N° 44	Balance General - Con Financiamiento .....	98
Tabla N° 45	Estado de Resultados - Con Financiamiento .....	98
Tabla N° 46	Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento .....	99
Tabla N° 47	Punto de equilibrio – Con financiamiento.....	100

## Índice de Cuadros

Cuadro N° 1	Delimitación.....	2
Cuadro N° 2	Marco Legal Nacional.....	8
Cuadro N° 3	Teorías .....	9
Cuadro N° 4	Operacionalización de las variables .....	17
Cuadro N° 5	Indicadores Básicos .....	20
Cuadro N° 6	Sistema Global de Preferencia Comercial de las Comunidades Europeas.....	22
Cuadro N° 7	Modo de transporte .....	28
Cuadro N° 8	Barreras No Arancelarias .....	36
Cuadro N° 9	Ficha Técnica Uvilla .....	40
Cuadro N° 10	Proveedores sector frutícola (uvilla) .....	41
Cuadro N° 11	Análisis FODA.....	43
Cuadro N° 12	Ficha de Procesos Negociación con el Cliente .....	69
Cuadro N° 13	Ficha de Procesos Compra a Proveedores.....	70
Cuadro N° 14	Ficha de Procesos Preparación del Producto .....	71
Cuadro N° 15	Ficha de Procesos Documentación.....	72
Cuadro N° 16	Ficha de Procesos Distribución Física Internacional .....	73
Cuadro N° 17	Manual de funciones del Administrador .....	75
Cuadro N° 18	Manual de funciones del Supervisor Operativo .....	76
Cuadro N° 19	Manual de funciones Operario de Almacenaje .....	77
Cuadro N° 20	Manual de funciones del Operario de envase y etiquetado....	78
Cuadro N° 21	Manual de funciones del Operario de etiquetado y empaque .....	79
Cuadro N° 22	Manual de funciones del Operario de embalaje y despacho ..	80
Cuadro N° 18	Envase .....	82
Cuadro N° 19	Empaque.....	83
Cuadro N° 20	Embalaje .....	84
Cuadro N° 21	Unitarización.....	85
Cuadro N° 22	INCOTERMS País Exportador .....	90
Cuadro N° 23	INCOTERMS Tránsito internacional.....	92
Cuadro N° 24	INCOTERMS País Importador .....	93

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1	Balanza Comercial Holanda.....	24
Gráfico N° 2	Países exportadores de la partida 081090, que incluye la uvilla ....	35
Gráfico N° 3	Balanza comercial ecuador 2007 - 2012.....	38
Gráfico N° 4	Fuerzas Porter.....	44
Gráfico N° 5	Distribución Física del Centro de Acopio .....	65
Gráfico N° 6	Macro localización.....	67
Gráfico N° 7	Mapa de procesos.....	68
Gráfico N° 8	Organigrama Funcional .....	74
Gráfico N° 9	Distribución de canastillas en cajas.....	86
Gráfico N° 10	Distribución de cajas en palets .....	86
Gráfico N° 11	Distribución de palets en contenedor .....	86

## RESUMEN EJECUTIVO.

El presente trabajo de investigación se basa en la necesidad de explorar un nuevo mercado para la producción de uvilla existente en el Carchi, que permita determinar la forma más acertada de comercialización para este tipo de frutas exóticas, de manera que se procure cubrir parte de la demanda efectiva en el mercado Holandés. Para la ejecución de este estudio se consideró la situación real de los productores, permitiendo determinar los requerimientos económicos, físicos y logísticos necesarios para introducir este producto en mercados extranjeros.

La producción de uvilla se ha incrementado progresivamente en un 22% entre el periodo 2007 – 2012, esto se debe a que cada vez los agricultores observan como una mejor oportunidad la venta de la fruta, tanto en el mercado local y con la expectativa en el mercado exterior, es así que la oferta exportable de uvilla desde la Provincia del Carchi para el intervalo de tiempo 2012 – 2017 es del 8%.

Un factor determinante para la comercialización de la uvilla, es la demanda efectiva de la fruta exótica en Holanda, específicamente en la ciudad de Rotterdam considerado para el proyecto como un mercado meta, en donde los consumidores potenciales son las personas mayores de 65 años, hogares unipersonales y los jóvenes.

Realizado el trabajo de investigación, se ha identificado a dos empresas importadoras de frutas frescas; The Greenery que opera en el mercado holandés y Fresh del Monte que realiza su actividad comercial en toda Europa.

El precio final de la caja de uvilla de 1,4kg. que contiene 9 canastillas plásticas de 160gr. será de 4.90 dólares en el país de destino. Finalmente mediante el estudio financiero se obtuvo un VAN positivo de 46.623 en el cuarto año de operación, un TIR del 22,96% y con una inversión inicial de 79.059 USD.

## **ABSTRACT.**

The present research work is based on the need to explore a new market for existing goldenberry production in Carchi, should determine the most successful marketing for this type of exotic fruits, so as to try to cover part of the effective demand in the Dutch market. To carry out this study considered the real situation of producers, allowing to determine the economic requirements, physical and logistical resources to introduce this product in foreign markets.

Goldenberry production has progressively increased by 22% between the period 2007 to 2012, this is because farmers increasingly seen as a better chance selling fruit in both the local market and the expectation in the foreign market, so that the export supply from the province goldenberry Carchi for the time interval 2012 - 2017 is 8%.

A determining factor for goldenberry marketing, is the effective demand for exotic fruit in the Netherlands, specifically in the city of Rotterdam considered for the project as target market, where potential consumers are the people 65 years and younger person households.

Done the research, you can identify potential clients for marketing goldenberry, has identified two importers of fresh fruits, The Greenery operating in the Dutch market and Fresh of Monte which performs its business in Europe.

The final price goldenberry box 1.4 kg. plastic baskets containing nine 160gr. will be 4.90 USD. in the destination country.

Finally, by evaluating the financial study yielded a positive VAN of 46,623 in the fourth year of operation, an TIR of 22.96% and first inversion of 79,059 USD.

## **Rimay-kichwapi**

Ta rikurik minka pak taripay chawchuy pi mutsuy pak maskana shuk kunak hatuna pampa pron ta ruranakuy pak uvilla tiyak pi Carchi, iwka rimanakuy ta shina ashtawan hampik pak katurantina pron shina pak muyukuna exóticas, pakkuna wallpa iwka munana killpana piti pak ta mañay rura pi hatuna pampa Holandés. Pron ta ranakuy pak pron llamkaywillay iñiy ta kikin pak pron productores, charina rimanaksha pron rurakay kullkikamay, aychayakkuna pash, logísticos mutsuy pronkuna satina pron kapu pi hatuna pampa cancha.

ta ruranakuy pak uvilla wiñari pi shuk 22% pura ta pi 2007 - 2012, pron piti ta iwka sapan pron agricultores rikuna tunukuna shuk yalli alliñan ta hatuna pak ta muyu yapa pi hatuna pampa wasi pash wan ta shunku yuyay pi hatuna pampa cancha, kan kashna iwka ta kuna pak uvilla pron ta marka pak Carchi, pron ta pi pak pacha 2012 - 2017 kan pak 8%.

Shuk ima rikunchikuna maymutsurik pron ta katurantina pak ta uvilla kan ta mañay rura pak ta muyu exótica pi Holanda, pi llakta pak Rotterdam iñiy pron ta yuyakta tunu shuk hatuna pampa paktanaku, pi pron pron riksiris anawnkuna pron runakuna yallishka pakkuna 65 watakuna, wasi pashkuna pron wampra.

Utkachiy ta minka pak taripay tarina ta ishkay katuranti mintalanayay pak muyukuna, The Greenery iwka kana pi hatuna pampa holandés pashkuna Fresh del Monte iwka rurakay pron ruray mintalanayay pi tukuy Europa.

Ta pala tukuri pak ta caja pak uvilla pak 1 4kg. iwka. charina 9 shukllayashka pakkuna 160gr. kay pak 4.90 usd, pikuna qipa mamallakta. Rayku qipa ta llamkaywillay kullkikamay tarina shuk VAN (+) pak 46.623 pi uku wata pak mashnayachi, shuk TIR pak 22 96% pash wan shuk inversion kallarina pak 79.059 USD.



## **INTRODUCCIÓN.**

Parte de la economía en la Provincia del Carchi desde hace años atrás depende principalmente de la agricultura, con productos tradicionales o conocidos como monocultivos, en la actualidad se trata de diversificar el cultivo de otros productos mediante la horticultura y la fruticultura, y con el planteamiento de proyectos de inversión, aportar en el buen vivir de los productores, a través de la comercialización interna y externa de su producción.

Esta investigación permitió determinar la factibilidad de establecer un centro de acopio en la ciudad de Tulcán, para que los productores de fruta, específicamente de la uvilla puedan comercializar su producto de manera directa, y por ende puedan obtener mejores beneficios y utilidades de sus inversiones, ya que dejarían de vender a los intermediarios, que en muchos casos especulan con los precios.

La finalidad del proyecto es gestionar la comercialización y la exportación de productos no tradicionales, utilizando canales directos que permitan obtener mejores resultados, optimizando y aprovechando los recursos que la Provincia del Carchi posee, permitiendo reactivar la economía para mejorar las condiciones de vida de los pequeños agricultores.

# CAPÍTULO I EL PROBLEMA

## 1.1 PLANTEAMIENTO

Tomando como referencia que la agricultura es uno de los factores económicos importantes y de acuerdo a un análisis citado en el *Documento de Trabajo Zona de Planificación 1*, la Provincia del Carchi se caracteriza por tener como principales actividades económicas al sector terciario, específicamente, al comercio al por mayor y menor, representando un equivalente del 30% de la producción bruta. La agricultura, ganadería caza, silvicultura constituyen un 20%, la comercialización de productos tradicionales tanto hacia el mercado local, nacional e internacional y el transporte conforman un 12%. (Agenda Zonal para el Buen Vivir, 2010).

En la actualidad los agricultores de la Provincia del Carchi desconocen las oportunidades comerciales, que a su vez provoca efectos negativos en los sectores dedicados a la producción frutícola, en este caso de la uvilla (variedad colombiana), debido a que no se toma en consideración que se posee las zonas agroecológicas aptas para estos cultivos, esto radica en que los productores no tienen la información para comercializar apropiadamente y así poder introducir un producto en nuevos mercados internacionales y por consiguiente atraer más consumidores.

Otro aspecto que afecta notablemente a la comercialización tanto a nivel local y nacional, es el que se señala en el artículo "*La uvilla se acomoda en el mercado internacional*" del Diario La Hora (03/07/2011), que indica que pese a que si existe demanda y los pequeños productores tienen un mercado en la industria frutícola, persiste un problema, que los precios pagados en las zonas de cultivo son muy bajos y se conoce que lo exportan a un costo más elevado.

Datos estadísticos del Banco Central del Ecuador (2013), señalan que de enero a diciembre del 2011 se exportó 60.08 toneladas de uvilla, los destinos

de la comercialización fueron Holanda con 15.03 toneladas, Francia con 27.77 toneladas, España con 17.56 toneladas y la cantidad restante se distribuyó a diferentes destinos como Turquía, Antillas Holandesas, Canadá entre otros países, como se manifiesta en el artículo “*La uvilla se acomoda en el mercado internacional*” del Diario La Hora (03/07/2011):

La producción nacional de uvilla es cada vez más apetecida por los mercados internacionales. Las exportaciones en los últimos cinco años crecieron en 1.291%, lo que significó para el país 334 mil dólares más en divisas. El cultivo de este producto ha generado trabajo, sobre todo en Pichincha, Carchi, Imbabura, Cotopaxi y Tungurahua. (p. B10)

Durante el periodo enero - noviembre del 2012, se exportó 47.31 toneladas de uvilla hacia Holanda, tal como indican los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador (2013), lo que permite analizar que existe un aumento de demanda de esta fruta exótica en el mercado Holandés.

## 1.2 FORMULACIÓN

**“El desconocimiento de las oportunidades de comercialización de la uvilla cultivada en la Provincia del Carchi no permite satisfacer parte de la demanda requerida por el mercado Holandés”.**

## 1.3 DELIMITACIÓN

**Cuadro N° 1 Delimitación**

<b>Objeto</b>	Demanda
<b>Sujeto</b>	Comercialización
<b>Tiempo</b>	Octubre 2011 – Julio 2013
<b>Área Geográfica</b>	Provincia del Carchi
<b>Grupo Objetivo</b>	Productores y demandantes de uvilla

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

La importancia de la comercialización de la uvilla (*physalis peruviana*) cultivada en la Provincia del Carchi, radica en que la economía de nuestros

países se sustenta en su mayoría por la actividad comercial, en vista de que la relación existente entre Ecuador y el resto del mundo es dinámica.

Este proyecto tiene por finalidad promover e incentivar el aumento de la exportaciones de productos no tradicionales desde la Provincia, contribuyendo con el desarrollo del país, en lo que se refiere a la balanza comercial, ya que por la actividad de exportar se genera divisas, y se mejora la satisfacción de necesidades de todos aquellos operadores que intervienen en el proceso de intercambio comercial y de otros agentes que se benefician indirectamente.

Además se origina una mayor inversión social, dando como resultado el bienestar de la colectividad, por lo que es necesario emprender proyectos que permitan promocionar productos no tradicionales a nivel internacional, en este caso de la uvilla cultivada en las zonas del Carchi.

La exportación de productos no tradicionales a nivel nacional e internacional genera gran expectativa, debido a su calidad y sus respectivos usos alcanza una alta demanda a nivel mundial, en el artículo *La uvilla se acomoda en el mercado internacional* del Diario La Hora (03/07/2011), se presenta un estudio referente al cultivo de uvilla en el Ecuador, en el que se indica que actualmente existen alrededor de 200 hectáreas sembradas del fruta exótica. Se determina que un 50% está localizado en Pichincha (100 ha) y lo restante distribuido en las Provincias de Imbabura (60 ha), Carchi (20 ha), Cotopaxi (15 ha), Tungurahua (5 ha).

A nivel local la comercialización de la uvilla, se la realiza en tiendas emprendedoras del Gobierno Provincial del Carchi, que es la Institución que proporciona incentivos para el proceso productivo. En lo relacionado a la comercialización nacional se lo realiza a nivel de supermercados, en la actualidad se ha diversificado el uso de la fruta, produciendo derivados como la mermelada, almíbar, jalea y vino que tienen mucha demanda por sus consumidores.

En los mercados internacionales este tipo de frutas exóticas, tienen una tendencia positiva de consumo, tal como lo afirma el boletín Año 2 N° 16 de PRO ECUADOR (2012):

La Unión Europea es un importador neto de frutas exóticas, entre las más destacadas se incluyen no solamente las que se ofertan en el mercado maduro, como el banano y el mango, pero dado el crecimiento de los grupos étnicos y en especial el latino, junto con el creciente interés en la exploración de nuevos productos naturales, influenciado por la preocupación de mantener una dieta saludable, hoy en día se promueven la investigación de oportunidades para otras frutas como la uvilla, la papaya, el orito y el aguacate.(p.19)

Por lo cual es necesario realizar investigaciones, análisis o estudios que estén encaminados a proporcionar alternativas y estrategias para mejorar la comercialización de la uvilla en el exterior.

El motivo de la presente investigación es desarrollar un estudio que permita adoptar el mejor canal de distribución y la estrategia adecuada para la comercialización de la uvilla, que permita atender parte de la demanda del mercado Holandés, de esta manera establecer una diferente visión sobre la comercialización, que aporte al mejoramiento de la situación económica de los pequeños productores frutícolas de la Provincia, como también lograr una participación activa del sector frutícola ecuatoriano en el exterior.

Con la ejecución de este proyecto los beneficiarios serían directamente los productores de uvilla, ya que conocerán cómo realizar un adecuado intercambio comercial, para no incurrir en el canal de intermediarios, así como también los proveedores nacionales, los cuales interactúan en esta actividad, mediante el aumento de su ingreso económico y los consumidores del producto en este caso los habitantes de Holanda.

Se considera importante debido a que se constituirá con una herramienta fundamental para incentivar la cultura del emprendimiento y educación, promoviendo el desarrollo para mejorar las condiciones de vida de los ecuatorianos.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad para la comercialización de la uvilla cultivada en la Provincia del Carchi que permita satisfacer parte de la demanda requerida por el mercado Holandés.

### **1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fundamentar teórica y científicamente la comercialización y la demanda.
- Diagnosticar la oferta y demanda de uvilla en el mercado Holandés, para realizar una adecuada comercialización.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de uvilla cultivada en la Provincia del Carchi que permita atender parte de la demanda requerida en el mercado Holandés.

## CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los antecedentes citados relacionados al proyecto sobre la comercialización de uvilla cultivada en la Provincia del Carchi y la demanda requerida en el mercado holandés son cuatro, los mismos que a continuación se detallan:

Como primer antecedente se cita el que lleva como título *Oportunidades de comercialización de uvilla en el mercado de Holanda como una manera de incentivar su cultivo en el Ecuador (2007)*, con lo que se logró identificar las oportunidades comerciales para las frutas exóticas, enfocándose en el estudio de características comerciales del mercado holandés, debido a que es considerado un mercado potencial que presenta ventajas de comercialización por existir una demanda creciente y sostenida, se realiza de igual manera un estudio de la competencia existente a nivel mundial de la uvilla, se recomienda continuar con el desarrollo de proyectos para el aprovechamiento e industrialización de frutas frescas. (Benítez et al., 2007).

La siguiente investigación seleccionada como antecedente tiene por título *Producción y Exportación de uvilla (Physalis peruviana L.) al mercado de Alemania (2009)*, que indica lo relacionado a la producción de uvilla a nivel nacional, se identifica los mercados que demandan de esta fruta exótica en la Unión Europea, así como también los procesos normativos, logísticos y requerimientos de calidad, necesarios para realizar una correcta comercialización desde Ecuador al mercado destino, además se indica que Alemania es uno de los principales importadores de fruta fresca y ha tenido prioridad por consumir la uvilla ecuatoriana, de igual manera contribuye con la recomendación específica sobre establecer alianzas estratégicas entre los exportadores ecuatorianos, para mejorar el nivel competitivo a nivel internacional. (Beltrán, 2009).

El tercer antecedente investigativo citado se titula *Proyecto de factibilidad para la elaboración, comercialización y distribución de uvillas en almíbar al mercado Alemán para la empresa Equibusiness (2006)*, en el que se analiza la posibilidad de proponer un valor agregado para la uvilla, es decir la industrialización de la fruta, para el efecto se realiza un estudio a una empresa ecuatoriana dedicada a la exportación, tomando en consideración los gustos, preferencias, hábitos de consumo y poder de adquisición en el país de destino, llegando a determinar que existe una demanda insatisfecha en el nicho de mercado seleccionado, de igual manera se considera todas las normas, requerimientos y aspectos logísticos de comercialización, finalmente se efectúa un estudio financiero y económico para determinar la factibilidad y posteriormente la toma de decisiones. (Nono et al., 2006).

Finalmente se selecciona la investigación que tiene por título *Exportación de uvilla deshidratada a Alemania (2009)*, la cual está enfocada a promover un producto industrializado mediante la deshidratación osmótica, que conserve las características propias de la fruta, de igual manera ofertar un producto orgánico convirtiéndose en una ventaja competitiva ante la competencia, se indica además las fortalezas y oportunidades que posee este producto para la exportación, ya que se realiza un análisis referente al consumo de frutas per cápita en la Unión Europea, indicando un alentador y motivador negocio, se da a conocer los posibles canales de distribución a utilizar en el proceso de exportación y como último punto se realiza el estudio financiero para llegar a determinar la factibilidad del proyecto. (Uribe et al., 2009).



## 2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La base y respaldo legal para la investigación en desarrollo, en lo referente a la exportación, oferta y demanda se fundamenta principalmente en:

**Cuadro N° 2 Marco Legal Nacional**

Documento	Descripción
2.2.1 Constitución del Ecuador.	Art. 276: Relaciones internacionales, inserción estratégica en el contexto internacional.
	Art. 304: Política comercial, impulsar el desarrollo de las economías de escala y el comercio justo.
	Art. 339: Inversión extranjera, será complementaria a la nacional, se orientará según las necesidades y prioridades definidas en el Plan de Desarrollo.
	Art. 306: Exportación pequeña y mediana empresa, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado.
2.2.2 Plan General de Desarrollo del Buen Vivir 2009 – 2013.	<b>Estrategias:</b>
	III: Diversificación exportaciones.
	VIII: Macroeconomía sostenible.
	<b>Objetivos:</b>
2.2.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI).	6: Garantizar el trabajo.
	11: Sistema económico social, esquema primario exportador.
	Art. 1: Aprovechamiento de los factores de producción, distribución e intercambio comercial.
	Art. 3: Incentivo producción de mayor valor agregado.
	Art. 4: Fines: Lit. c): Fomentar el comercio; Lit) m): Principios de la Política Comercial del Ecuador; Lit. o): Fomentar las exportaciones; Lit. q): Oferta productiva dirigida hacia el mundo.
	Art. 72: Competencias, Lit e): Facilitar la exportación; Lit f): Expedir normas.
Art. 93: Fomento a la exportación.	
2.2.4 Reglamento al SGP (Sistema Generalizado de Preferencias).	Art. 95. Promoción no financiera de exportaciones.
	Art. 2: Países beneficiarios con la suspensión de los derechos del arancel aduanero común, anexo I.
	Art. 7: Suspensión total de los derechos del arancel aduanero común sobre los productos clasificados en el anexo II. Apartado 2).
	Art. 8: Régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza. Apartado 1).

Fuente: Constitución del Ecuador 2008, COPCI, SGP Plus.

Elaborado por: Jairo Guerra

## 2.3 MARCO TEÓRICO

### 2.3.1 TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

La fundamentación filosófica se basa en el enfoque propositivo, que permite realizar un análisis constructivo y crítico relacionado con el estilo de vida de los productores la uvilla en la Provincia del Carchi y la comercialización hacia un mercado internacional.

**Cuadro N° 3 Teorías**

Teoría	Características	Relación con la investigación
<p><b>Teoría pura del comercio internacional.</b> (Autor: Divvio Gallegos Paniagua)</p>	<p>Se fundamenta y trata de explicar las diferentes variables partiendo de la evolución del comercio internacional.</p> <p>Analiza el bienestar, mediante la investigación de los efectos que provoca un cambio de la demanda sobre el intercambio comercial de un país.</p>	<p>Tomando como base estas características, cada enfoque estudia el impacto del comercio en el bienestar de la colectividad, tanto en los aspectos económicos y sociales que se presentan en el entorno de los productores de uvilla y la demanda de este fruto a nivel internacional, que promuevan la regulación del comercio a través de las distintas medidas de política comercial.</p>
<p><b>Teoría de la ventaja comparativa.</b> (Autor: Oscar Bajo)</p>	<p>Se considera que el precio es flexible dependiendo del comportamiento que presente la competencia.</p> <p>La demanda de un bien o producto depende de los gustos y preferencias que están dados por el consumidor, mediante los canales de distribución.</p>	<p>Es prioritario indicar que la investigación pretende aportar soluciones a los problemas identificados en relación a los productores de uvilla de la provincia del Carchi, considerando los lineamientos necesarios para la comercialización unos de los factores es el bajo y atractivo precio para los importadores y comparativo con la competencia, creando</p>

		la posibilidad de cubrir parte de la demanda del mercado Holandés, tomando en consideración un adecuado canal de distribución.
<b>La nueva teoría de comercio internacional y la política comercial estratégica.</b> (Autor: Federico Steinberg)	El comercio se puede originar no sólo por la existencia de ventajas comparativas, sino también por la presencia de economías de escala en la producción.  La importancia del intercambio comercial entre países, radica en la diversidad de productos, en las ventajas y diferencias sobre su rendimiento y la diversificación de la demanda cada vez más exigente provocando nuevas necesidades en los países desarrollados.	La comercialización de la uvilla desde la Provincia del Carchi está encaminada en cumplir la teoría de producir más a menor costo, lo que representa mejores beneficios económicos, así mismo busca otorgar posteriormente un valor agregado a la fruta exótica dependiendo de las necesidades y prioridades de consumo en Holanda.

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

### 2.3.2 METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Los métodos inductivo – deductivo son los utilizados en la investigación sobre la comercialización de uvilla y la demanda requerida en el mercado Holandés, debido a que se refieren a procesos de razonamiento lógico, que tiene su inicio desde la observación directamente en las zonas de cultivo de la fruta exótica, para fundamentar y construir una argumentación válida sobre la situación real de los agricultores de la Provincia del Carchi, dando lugar a validar los datos obtenidos, la búsqueda de información se la obtiene mediante fuentes secundarias (bibliografía) y fuentes electrónicas (internet), sobre el mercadeo, la oferta y la demanda de uvilla, (Metodología documental), la técnica para la recolección de la información aplicada fue la encuesta que permitió conocer aspectos importantes sobre métodos de cultivo, capacidad productiva, nivel de oferta y el actual proceso de comercialización, (Recopilación In situ).

### 2.3.3 VOCABULARIO TÉCNICO

Es necesario dar a conocer la terminología utilizada para el desarrollo de la investigación, que permita entender la idea del proyecto con mayor claridad.

**Canal de distribución:** Son las diferentes rutas, que las empresas adoptan para llegar con sus productos hasta el consumidor, tanto en cantidad, tiempo y precios más convenientes para las dos partes.

**Comercialización:** Ofertar un bien o servicio con las condiciones necesarias para su venta, mediante las rutas adecuadas de distribución y difusión, que le permitan llegar a su destino y consumidor final.

**Competencia:** Conjunto de empresas de diferentes países que ofertan al mercado global un producto o servicio de características similares que cubren la misma necesidad.

**Demanda:** Se considera como la cantidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto a comprar a los precios establecidos por el mercado y según su poder adquisitivo, con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

**Demanda insatisfecha:** Es la cantidad demandada por el consumidor que en términos reales supera a la oferta de un bien o servicio que se presenta en el mercado.

**Estudio de Factibilidad:** Es la realización de un estudio que cumpla ciertos análisis: financieros, administrativos, técnicos y legales, tendientes a minimizar el riesgo de la inversión, tomando en consideración que no se garantiza el éxito total del proyecto, dependiendo del entorno en el cual se esté desarrollando.

**Exportación:** Es el envío comercial de un bien o servicio desde un país a otra parte del mundo, demandados en el extranjero con propósitos de consumo, industrialización o posterior venta.

**Factibilidad:** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos, la cual se determina sobre un proyecto.

**Importación:** Es la compra de bienes o servicios desde un lugar del mundo determinado y estudiado por el país de destino, bajo condiciones específicas según la normativa del comercio exterior.

**Incoterms:** Términos o condiciones internacionales de comercio, su objetivo es facilitar y provocar la fluidez del comercio global, determinan las obligaciones de la transferencia del riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre vendedor y comprador.

**Mercado:** Es el lugar donde se presenta específicamente la oferta y la demanda que son las principales fuerzas de interacción del intercambio comercial.

**Mercado Internacional:** Mercado internacional es aquel que donde se realiza el intercambio comercial entre países, tomando en consideración varios aspectos internacionales que permiten un correcto proceso de compra y venta de bienes y servicios.

**Oferta:** Es la cantidad de bienes y servicios que están a disposición del consumidor a un precio determinado, la oferta depende del comportamiento de otros factores como la calidad, el precio de otros bienes sustitutos, los ciclos de producción agrícola, entre otros aspectos.

**Precio:** Valor monetario asignado a un bien o servicio, que sirve como base para su posterior venta o adquisición.

## **2.4 IDEA A DEFENDER**

La determinación de la demanda efectiva de uvilla en el mercado holandés permitirá la comercialización de la fruta exótica desde la Provincia del Carchi.

## **2.5 VARIABLES**

**Variable Independiente:** Demanda.

**Variable Dependiente:** Comercialización.

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA.**

Los métodos utilizados en la investigación sobre la comercialización de uvilla y la demanda en Holanda fueron el deductivo e inductivo, que particularmente poseen diferentes teorías y características que aportan al trabajo investigativo.

El método inductivo permitió partir de la situación real de los productores de uvilla con relación a la comercialización y con el desarrollo de la investigación se busca dar soluciones para el mejoramiento del mercadeo de la fruta exótica, y se enfoca en el hecho de que si se adopta mejores métodos de mercantilización se mejorará los ingresos económicos de cada agricultor y su inversión tendrá mejor rentabilidad.

El otro método utilizado fue el deductivo que permitió establecer una hipótesis sobre la oferta de uvilla existente en la Provincia del Carchi, la que se trata de comprobar, considerando factores importantes como la capacidad productiva, el cumplimiento de características nutricionales, expectativas de su consumo, acceso a nuevos mercados, que permitirán determinar si es conveniente la comercialización y a su vez si se podría cubrir parte de la demanda del mercado holandés.

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La modalidad utilizada en la investigación fue de dos tipos cualitativa y cuantitativa, fundamentando y especificando cada modelo según su utilidad e importancia en el trabajo investigativo.

El modelo cualitativo permitió conocer y analizar detalladamente características nutricionales, propiedades que presenta la fruta para su diversificación, su posterior durabilidad a la cosecha y esencialmente la calidad del producto a comercializar, así como también el comportamiento sobre hábitos, tendencias y preferencias de consumo en el mercado local,

nacional y especialmente en Holanda, en el cual se desea introducir la uvilla, estas son partes que conforman el estudio de mercado. La modalidad cuantitativa se utilizó para conocer y estudiar la demanda mundial y del país de destino, la oferta y la competencia a nivel nacional y del mundo, como también el número de productores y la capacidad de producción de uvilla en la Provincia del Carchi, que permitieron realizar el posterior cálculo de la demanda efectiva.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación utilizada fue el de tipología aplicada, ya que parte desde la forma de recolectar o conseguir la información, para proponer posibles soluciones a un problema identificado, en este caso la comercialización de uvilla desde la Provincia del Carchi, además permitió conocer información sobre la oferta y la capacidad productiva de la zona, datos que permitieron tomar decisiones relacionadas con factores indispensables como el precio, el producto a ofrecer y específicamente elegir el mejor canal de distribución, permitiendo fundamentar de una manera más precisa la investigación.

De igual manera se utilizó la investigación de campo para obtener los datos requeridos desde el lugar donde se genera la información y así conocer la realidad y las causas que provocan el problema, en este caso cómo se realiza la comercialización de la uvilla desde las zonas de cultivo de la provincia. Finalmente se utilizó la investigación bibliográfica porque se basa en el análisis de fuentes secundarias y fuentes electrónicas referentes a mercados, competidores y clientes, es decir la demanda y la oferta de la fruta en el mercado holandés, dando lugar a la determinación de los gustos y preferencias del consumidor, mediante datos estadísticos, colecciones de datos digitales, ensayos y diferentes estructuras de la información, que contribuyen a encontrar las posibles soluciones a los problemas antes señalados.



### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

La población tomada como referente para la demanda de uvilla, son los habitantes del país europeo Holanda, pero debido al principal factor que son las distancias geográficas entre países, no se aplica ninguna técnica de investigación, pero si se realizó un levantamiento exhaustivo de datos válidos para conocer todo lo relacionado con el tema investigativo, utilizando fuentes estadísticas confiables, que permitieron recolectar información para un buen desarrollo del proyecto, se debe señalar que esta modalidad de recolección de antecedentes es válida, pero si es necesario indicar que le resta científicidad al trabajo.

Para determinar la población que oferta uvilla en la Provincia del Carchi, se tomó como referencia las 12 zonas de cultivo, ubicadas en las parroquias: El Capote, Yalquer, Julio Andrade (El Moral), Santa Martha de Cuba, Huaca (Mariscal Sucre), Cristóbal Colón, San Isidro, Chitán de Navarrete, Bolívar, Los Andes, García Moreno y Mira, las cuales fueron identificadas mediante la investigación de campo, no es necesario el uso de ninguna fórmula de cálculo de la muestra, puesto que la población es finita, está delimitada y se conoce el número que la integran, se aplicó la técnica de la encuesta a la totalidad de los productores de la fruta exótica, obteniendo resultados importantes tales como capacidad productiva, precios, métodos de cultivo, variedades, comercialización entre otros puntos indispensables de una fuente directa, utilizados posteriormente en el correcto desarrollo de la investigación.

### 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Cuadro N° 4 Operacionalización de las variables**

IDEA A DEFENDER: La determinación de la demanda de uvilla en el mercado holandés permite la comercialización de esta fruta exótica desde la provincia del Carchi.						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Socioeconómicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la situación del PIB en Holanda?</li> <li>¿Cuál es el índice inflacionario de Holanda?</li> <li>¿Cuál es el índice de riesgo país de Holanda?</li> <li>¿Cómo está constituida la población de Holanda?</li> <li>¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Holanda?</li> </ul>	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web.  Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones?</li> <li>¿Cuál es la política económica frente a las importaciones?</li> <li>¿Cuál es la balanza comercial?</li> </ul>			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Legales</li> <li>Tecnológico</li> <li>Geográfico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Existen barreras arancelarias para la importación de frutas frescas (uvilla)?</li> <li>¿Existen barreras no arancelarias para la importación de frutas frescas (uvilla)?</li> <li>¿Cuál es el envase, empaque y embalaje requerido para comercializar la uvilla?</li> <li>Marcado, etiqueta.</li> <li>Infraestructura física para proceso logístico</li> <li>Características de desempeño logístico</li> <li>Modos de transporte de carga existentes</li> <li>Características del mejor modo de transporte</li> </ul>			
MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>DEMANDA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es el perfil del consumidor?</li> <li>¿Cuáles son los potenciales consumidores?</li> <li>¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados?</li> <li>¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?</li> </ul>				

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• OFERTA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones de la uvilla?</li> <li>• ¿Existe producción nacional y local?</li> <li>• ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?</li> <li>• ¿Cuál es la competencia internacional?</li> <li>• ¿Cuál es el Canal de distribución utilizado actualmente?</li> </ul>			
--	--	--	--	--	--	--

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Político / legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la política económica / comercial?</li> <li>• ¿Existen barreras arancelarias para la exportación uvilla?</li> <li>• ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de uvilla?</li> <li>• ¿Cuál es la balanza comercial de Ecuador?</li> </ul>	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web.  Acervo documental
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? Estabilidad, inflación, tasa de interés, tipo cambio</li> <li>• ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?</li> <li>• ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?</li> </ul>			
	PRODUCTO / OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características producto del</li> <li>• Oferta exportable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las características del producto?</li> <li>• ¿Cuáles son los proveedores del sector?</li> <li>• ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de mediada y tiempo para la exportación?</li> </ul>	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores

Fuente: UPEC – ECEYNCI (2013)  
Elaborado por: Jairo Guerra

### **3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

La información requerida en la investigación se la obtuvo mediante la aplicación de varias técnicas de investigación:

La información primaria se obtuvo mediante la investigación directa a los productores de uvilla en la Provincia del Carchi, alcanzando una información de primera mano que permita conocer aspectos importantes sobre métodos de cultivo, capacidad productiva, nivel de oferta y el actual proceso de comercialización.

Se obtiene información mediante las fuentes secundarias bibliografía e investigaciones realizadas anteriormente, que permitan recolectar fundamentos científicos de aplicación de estrategias comerciales, datos estadísticos reales sobre la demanda de uvilla en Holanda, normativas internacionales, requisitos país de origen y destino, entre otros aspectos que sirvan como base científica válida para esta investigación.

Se utiliza fuentes electrónicas (internet), páginas y sitios web oficiales tanto de Ecuador como de Holanda para el levantamiento de información estadística, preferencias, costumbres, estilo de vida, comportamiento de los consumidores y requisitos para el proceso de exportación.

### **3.6 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.6.1 ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DE DESTINO (HOLANDA)**

##### **3.6.1.1 Factores Socio, Económicos**

Es el análisis que busca conocer la situación socioeconómica de Holanda, fundamentado en aspectos externos y factores que influyen en el desarrollo de la investigación, como se indica en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 5 Indicadores Básicos**

<b>Indicador</b>	<b>Índice</b>
País	Holanda (Países Bajos)
Capital	Ámsterdam
Producto Interno Bruto (PIB)	Usd 709,5 mil millones (2012 est)
PIB Per - cápita	42,300 dólar (2012 est)
Crecimiento del PIB	1,1% (2012 est)
Prima Riesgo País	+63 puntos (2011)
Inflación	2,3% (2012)
Población	16. 730,632 (2012)
Fuerza Laboral	7,746 millones (2012 est)
Tasa de Crecimiento poblacional	0,452% (2012 est)
Salario Mínimo Interprofesional	1.456,20 € = \$ 1912 mensual
Nivel de Desempleo	6,8% (2012 est)

Fuente: CIA, Eurostat, CBS.

Elaborado por: Jairo Guerra

En base al resumen de los datos socioeconómicos, se puede determinar que Holanda es uno de los países que presenta una estabilidad económica importante, por lo que se lo considera como una de las cinco mejores economías a nivel de la zona euro, se caracteriza por sus relaciones industriales estables, un positivo superávit comercial, y un importante centro de transporte europeo, sin embargo los efectos de la recesión económica en Europa demuestran una disminución, ya que para el año 2011 el PIB de Holanda fue de USD 858.3 mil millones, con un crecimiento del 1,6%, con relación al PIB 2010, PROECUADOR (2012), mientras que para el año 2012 presento un PIB de 709.5 mil millones de dólares, con un crecimiento estimado del 1.1%, según al aporte de su composición por sector, está distribuida en agricultura 2,8%, industria 24,1% y servicios 73,2%, dichas participaciones le permitieron poseer un PIB per-cápita de 42.300 usd, y debido a un excelente plan estratégico implementado por este país europeo, se determina una tasa de inflación moderada de 2,3%, como lo señala la Agencia Central de Inteligencia (CIA) (2013), no obstante y no dependiendo del último indicador citado, la cultura del consumidor holandés se adapta a las circunstancias que se presentan actualmente, haciendo prevalecer la importancia en alimentación y salud.

Sin embargo no se debe pasar por alto la situación que se presentó en la Unión Europea en años anteriores, con la crisis que afectó a la mayoría de

países integrantes y que con el transcurrir del tiempo se ha controlado de una buena manera, según el artículo *El riesgo país se traslada al corazón de Europa: Francia, Austria y Bélgica* del Diario Libre mercado (15/11/2011), el riesgo país de Holanda fue de 63 puntos básicos equivalentes a un aumento de 2,38%, debido a lo cual la administración neerlandés tomó acciones inmediatas al respecto.

De acuerdo al informe elaborado por el Departamento de Internacionalización e Inversiones – Instituto de Fomento de la Región de Murcia (2012), la población neerlandesa es de 16.730,632 habitantes, por lo cual es considerada como la más densa de Europa, debido a una natalidad respectivamente elevada, que alcanzó una tasa de crecimiento poblacional de 0,452%, lo que provoca que su fuerza laboral integrada por los dos géneros hombre y mujer sea igual a 7,746 millones, según lo afirmado por la Agencia Central de Inteligencia (CIA) (2013).

En lo relacionado al salario mínimo interprofesional como se lo denomina en ese país, para el año 2012 se estableció en 1.456,20 euros y 1912 dólares mensuales, datos de la Oficina Estadística de la Comisión Europea (Eurostat) (2013), que otorga información sobre la Unión Europea y promueve la armonización de los métodos estadísticos de los estados miembros, los valores están calculados al tipo de cambio según fecha de investigación.

Es importante acotar que los datos antes mencionados indican que el nivel de vida es excelente, por lo que podemos considerar que la uvilla como producto, está debidamente orientado al mercado holandés, el mismo que si bien no es tan exigente en bajos costos, prefiere sobre todo calidad en los productos.

Datos estadísticos de la Cooperación Internacional de Negocios Internacionales NL EVD (2013), indican que el desempleo de 2006 a 2010, mantuvo un promedio equivalente al 3,4% de la población activa, la crisis económica ha provocado un aumento del desempleo en Holanda hasta el

alcanzar un 4,8% en octubre de 2011 y para el año 2012 presenta un considerable aumento, debido a la recesión económica de la Unión Europea y se sitúa en un 6,8%, no obstante la tasa de desempleo de Holanda es una de las más bajas de Europa, según la Agencia Central de Inteligencia (CIA) (2013), fuente de datos estadísticos.

La tasa de desempleo refleja la crisis que sufrió la Unión Europea y consecuentemente afectó a la población en general, en la actualidad en algunos países se mantiene la crisis de empleo, a su vez Holanda demuestra que sigue manteniendo un control en su estabilidad económica, según lo indica la Cooperación Internacional de Negocios Internacionales NL EVD (2013).

### 3.6.1.2 Factor Político

En lo relacionado a la política comercial establecida por Holanda frente a las importaciones, Ecuador al ser considerado un país en vías de desarrollo cuenta con el Sistema Global de Preferencia Comercial, como se detalla en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 6 Sistema Global de Preferencia Comercial de las Comunidades Europeas**

SGP para el régimen general.	Ecuador está incluido entre todos los países admisibles que se benefician.
SGP Plus (+) para el régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporciona beneficios adicionales a los países que aplican normas internacionales.</li> <li>• Suspensión total de los derechos del arancel aduanero común sobre los productos clasificados según Código de la NC 08109095 el que determina las preferencias arancelarias, cuya descripción es “<i>los demás</i>” en la que se incluye a “<i>otros frutos frescos</i>” que contiene a la uvilla.</li> </ul>
SGP “Todo menos armas”	Países menos adelantados Ecuador no admisible.

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Jairo Guerra

Holanda al ser un país de economía abierta es un socio comercial importante, ya que su política de comercio está encaminada a la fluidez del intercambio comercial internacional, si bien es cierto las exportaciones son mayores que las importaciones, el país europeo aplica una estrategia comercial muy importante que le permite atraer la mayor cantidad de inversión extranjera, es por esto que para beneficio de Ecuador se aplica con total equidad el SGP Plus (+), que permite el ingreso de los productos ecuatorianos con un ad-valorem de 0%, cabe señalar que para ser admisible de esta ayuda se debe asumir la responsabilidad de ratificar y aplicar los convenios internacionales sobre derechos humanos y laborales, protección del medio ambiente y gobernanza, como parámetros para ser beneficiario, según lo indica PRO ECUADOR (2013).

Para Ecuador es muy importante aún tener permanencia en el SGP, tal como se manifiesta en el artículo *Extensión del SGP da un respiro al acuerdo paralizado con la UE* del Diario Hoy (07/11/2012) que indica:

Esto permitirá que aproximadamente 6500 productos ecuatorianos continúen su ingreso a los 27 países que forman la UE libres de aranceles.

De los principales se pueden anotar atún, cacao, frutas frescas, hortalizas y otros productos con valor agregado en conservas, entre otros.

Con ello, se abrieron dos oportunidades. La primera, tener más plazo para las ventas con preferencias a la Unión Europea, al anotar que este destino recibe casi el 30% de las exportaciones nacionales no petroleras. (párr. 3, 4, 9).

Según un análisis sobre el perfil económico realizado por Cooperación Internacional de Negocios Internacionales NL EVD (2013), la política económica de Holanda refleja un excelente crecimiento económico en relación con otros Estados de la UE y de los EE.UU, se enfoca en un rendimiento planificado para alcanzar una economía desarrollada con un alto nivel de vida, proyectado en su PIB Per-cápita, con reformas estructurales aplicadas sobre el mercado laboral y el sistema de seguridad social, las cuales han creado las condiciones para obtener un potencial y saludable



crecimiento económico, provocando un espacio para la inversión en conocimiento e innovación.

Según un análisis realizado por CPB Oficina Holandesa para Análisis de Política Económica (2012), se espera que el déficit presupuestario holandés en 2013 sea del 4,5%, o 28 millones de euros.

Lo manifestado por el ICEX Instituto Español de Comercio Exterior (2012), indica que Holanda presenta una política tributaria, la cual está encaminada a la mayor recaudación posible de impuestos, debido a que 80 de las 100 empresas más grandes del mundo están presentes en este país, esto se debe a que se aplica un impuesto de valor añadido del 19%, dirigido al consumidor final, además se cuenta con otros impuestos sobre las sociedades, bienes inmuebles, transacción de bienes inmuebles, impuestos medioambientales dirigidos en su mayor parte a las grandes empresas.

Un análisis realizado por PROECUADOR (2012), indica que la balanza comercial de Holanda en los cinco años anteriores al 2011, ha sido positiva, en el período 2006 - 2010 las importaciones aumentaron según una tasa de crecimiento promedio anual de 5.25% y las exportaciones a una tasa de crecimiento promedio anual de 5.30%.

**Gráfico N° 1 Balanza Comercial Holanda**



Fuente: PROECUADOR  
Elaborado por: Jairo Guerra

Mientras tanto para el año 2011 se conoce que tanto las exportaciones e importaciones aumentaron notablemente, casi llegando a tener un equilibrio entre estos dos indicadores reflejado en el saldo total.

Es necesario destacar que la balanza comercial de este país presenta un superávit, y se proyecta a mantener un punto de equilibrio, las importaciones tienden a estar a la par con las exportaciones, lo que indica la fluidez del comercio exterior y a su vez permite identificar apertura de relaciones comerciales con terceros países.

### 3.6.1.3 Factor Legal

En lo relacionado a barreras arancelarias impuestas por Holanda para la importación se detalla a continuación, sin antes indicar que Ecuador se acoge al SGP Plus (+):

<b>Tabla N° 1 Barreras Arancelarias</b>			
Tributos			
<b>Partida arancelaria S.A. (6 dígitos)</b>	<b>Ad valorem</b>	<b>Liberación</b>	<b>IVA</b>
081090 "otros frutos frescos"	0%	100% Certificado de origen	21%

Fuente: PROECUADOR, Trademap, Aduana de Holanda  
Elaborado por: Jairo Guerra

Tal como se indica en la tabla anterior, la clasificación arancelaria para uvilla en Holanda es genérica 081090, ya que no se desagrega en más subpartidas, se considera que la uvilla está dentro de la descripción "otros frutos frescos", cuya base legal es la norma de origen del SGP interpretado según el lit. 2) la cual, para la comercialización a nivel internacional tiene beneficios sobre los tributos al comercio, en este caso de 0% de ad valorem y liberación total de 0%, esto radica en que por ser una fruta exótica proveniente de Ecuador, cumple los criterios de ser considerado "vulnerable" en términos de su tamaño o por la poca diversificación de sus exportaciones, perteneciendo al SGP Plus (+), en lo relacionado con el IVA, establece tres tipos de gravámenes 0%, 6% y 21% (al 21 de octubre 2012), según datos referenciales recolectados de la Aduana de Holanda (2013), esto implica el

siguiente cálculo, como lo indica la Guía Comercial de Países Bajos elaborada por PROECUADOR (2012):

Valor de factura de la mercancía + gastos de transporte + derechos de importación x 21% (tasa de IVA más alto) = IVA. El IVA se carga a todos los productos nacionales e importados en todas las etapas de la fabricación y de la cadena de distribución. En las importaciones el impuesto se calcula sobre el monto CIF, (pág. 24).

Las barreras no arancelarias establecidas por Holanda, son las medidas administrativas es decir documentación, permisos y autorizaciones respectivas para el ingreso al mercado internacional, entre los cuales encontramos:

- Prueba de origen, normalmente utilizada para aplicar preferencias arancelarias.
- Certificado de la naturaleza específica del producto.
- Certificados de inspección (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria).
- Documento de vigilancia de la Comunidad Europea.
- Etiquetado de productos alimenticios.
- Certificaciones de calidad, (ambientales, sociales, laborales, productos orgánicos etc.), tal como lo señala la Guía Comercial de Países Bajos elaborada por PROECUADOR (2012).

En lo referente a los aspectos de envase, empaque y embalaje requerido para poder exportar hacia la Unión Europea y específicamente a Holanda, es indispensable cumplir con la legislación sanitaria y de protección del medio ambiente, que determina medidas obligatorias a terceros países exportadores, con el objetivo de reducir el desperdicio y promover el reciclaje aprovechando el material constitutivo del empaque, de igual manera es importante conocer acerca de la legislación en materia de terminología, símbolos, requisitos de empaque, marcado y etiquetado. En la zona euro se exige la certificación GLOBAL G.A.P. a frutas y vegetales que ingresen a este mercado, que permitan certificar las buenas prácticas agrícolas, precautelando la salud del consumidor europeo en materia de seguridad

alimenticia, según se indica en la Guía Comercial de Países Bajos elaborada por PROECUADOR (2012).

#### 3.6.1.4 Factor Tecnológico

Se considera que el factor tecnológico, se lo enfoca a lo relacionado en la infraestructura física correspondiente a los procesos logísticos, tal como lo se afirma en la Guía de comercio elaborada por el Reino de Países Bajos (2013):

Los Países Bajos deben su alto nivel en el ranking mundial en gran parte a su excelente infraestructura de transportes (con el puerto de Rotterdam, Amsterdam y el aeropuerto de Schiphol en Ámsterdam) y a su altamente desarrollada infraestructura de telecomunicaciones. Rotterdam es el puerto marítimo más grande de Europa y el cuarto del mundo en términos de actividad de contenedores, mientras que el aeropuerto de Schiphol es el cuarto aeropuerto más grande de Europa occidental. Además, los Países Bajos cuentan con más centros de distribución que ningún otro país europeo. Todos estos factores han contribuido a que este país se ganen la reputación de ser “la puerta de Europa”, tanto en hacer negocios como en innovación y desarrollo, (párr. 3).

Además se debe considerar parámetros de desempeño logístico, como se indica a continuación:

<b>Tabla N° 2 Desempeño Logístico</b>		
<b>Parámetro Evaluado</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puesto</b>
Eficiencia Aduanera	3.98	4
Calidad de la infraestructura	4.25	2
Competitividad de transporte internacional de carga	3.61	11
Competencia y calidad en los servicios logísticos	4.15	3
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4.12	9
Puntualidad en el transporte de carga	4.41	6

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Jairo Guerra

#### 3.6.1.5 Factor Geográfico

En lo relacionado a este factor se considera las principales características de acceso físico al mercado holandés, por lo que es necesario describir los modos de transporte disponibles, que permitan determinar la mejor opción

para llegar con el producto hasta el país de destino, se detallan aspectos relevantes en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 7 Modo de transporte**

<b>Modo de transporte</b>	<b>Características</b>
Marítimo	Más de 40 puertos (Rotterdam, Ámsterdam) Rotterdam es un puerto de última generación.
Aéreo	27 aeropuertos (el aeropuerto internacional de Ámsterdam, el Internacional de Rotterdam y el internacional de Beek).  Los aeropuertos de Eindhoven y de Maastricht Aachen, los cuales cuentan con servicio aduanero y dotación de equipos para el manejo de carga.
Terrestre	Red de carreteras que se extiende sobre 135.470 Km., de los cuales 2.582 Km. corresponden a autopistas.  Las carreteras de Holanda son muy conocidas en toda Europa gracias a su excelente calidad y por el perfecto estado.
Fluvial	Excelente infraestructura física y la mayor participación accionaria en el mercado de la navegación interna en Europa.  Red de terminales intermodales se convierte en un componente ideal del sistema integrado de transporte.

Fuente: PROECUADOR, PROCOMER.

Elaborado por: Jairo Guerra

Según las características indicadas se considera puntos estratégicos que contribuyan a la mejor elección del modo de transporte a utilizar para la comercialización de la uvilla, se elige el modo marítimo ya que presenta ventajas de costos y capacidad de volumen para transportar, tomando en consideración que la fruta exótica que se va a exportar tiene una duración perecible de dos meses después de su cosecha, y el tiempo de recorrido desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Rotterdam es de 26 días, se estaría cumpliendo con los parámetros de conservación del producto y aspectos logísticos, tomando como referencia datos de la Guía Comercial de Países Bajos elaborada por PROECUADOR (2012).

### 3.6.1.6 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

**Tabla N° 3 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio**

	Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Pts	Nivel	Pts
<b>Factores Socio, Económicos</b>				
Situación PIB	Alto	3		
Situación PIB Per-cápita	Alto	3		
Crecimiento PIB	Medio	2		
Riesgo País	Medio	2		
Inflación			Bajo	1
Población	Alto	3		
Fuerza laboral	Medio	2		
Tasa de crecimiento poblacional	Medio	2		
Salario mínimo interprofesional	Alto	3		
Nivel de desempleo			Bajo	1
	Suma	20	Suma	2
	Promedio	2.5	Promedio	1
<b>Factores Políticos</b>				
Política comercial en importaciones	Medio	2		
Política económica frente a importaciones	Medio	2		
Situación balanza comercial	Medio	2		
	Suma	6	Suma	0
	Promedio	2	Promedio	0
<b>Factores Legales</b>				
Barreras arancelarias importación frutas frescas	Medio	2		
Barreras no arancelarias importación frutas frescas	Medio	2		
Requerimiento envase, empaque y embalaje			Bajo	1
Regulaciones sobre el etiquetado	Medio	2		
	Suma	6	Suma	1
	Promedio	2	Promedio	1
<b>Factor Tecnológico</b>				
Infraestructura física transporte de carga	Alto	3		
Parámetros de desempeño logístico	Alto	3		
	Suma	6	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0
<b>Factores Geográficos</b>				
Modo de transportes aéreo, marítimo, terrestre, fluvial	Alto	3		
Características de cada modo de transporte	Alto	3		
	Suma	6	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0

## Resumen

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>	
<b>Factores Económicos</b>	2.5	1	
<b>Factores Políticos</b>	2	0	
<b>Factores Legales</b>	2	1	
<b>Factores Tecnológicos</b>	3	0	
<b>Factores Geográficos</b>	3	0	
Suma	12.5	2	
Promedio	<b>2.5</b>	<b>1</b>	

<b>Oportunidades</b>	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
<b>Amenazas</b>	Baja	1
	Media	2
	Alta	3

Fuente: Análisis Situacional País de Destino (Holanda)  
Elaborado por: Jairo Guerra

En lo referente al análisis sobre el perfil de oportunidades y amenazas (POAM) realizado al país de destino, se considera cinco factores principales que permiten determinar la situación actual del país en el cual se trata de introducir la uvilla, es así que en lo relacionado al factor económico se establece un promedio de 2.5 puntos, como un nivel medio, lo que indica que se encuentra dentro de los parámetros de evaluación como una oportunidad, en lo relacionado al factor político analizando los diferentes aspectos que lo conforman se determina una media de 2 puntos, de nivel medio, que señala como una oportunidad a este elemento, el factor legal establece varios parámetros en lo relacionado al intercambio comercial y su balanza, los cuales presentan un promedio de 2 puntos, de nivel medio considerado como una oportunidad debido a las preferencias arancelarias que tiene Holanda frente a Ecuador, los factores tecnológicos y geográficos son los más favorables ya que presentan una valoración de 3 puntos respectivamente, tomando en consideración que el país de destino de la uvilla ecuatoriana, posee grandes avances de infraestructura y ubicación geográfica para el intercambio de productos tanto internacionalmente como internamente.

Es importante señalar que existen algunos factores que contienen elementos que se presentan como amenazas, es así que en el factor económico las amenazas son la inflación y el desempleo que se produjeron debido a la crisis europea, obteniendo una calificación de 1 punto cada una respectivamente con un nivel bajo, de igual manera se identifica una amenaza en el factor legal en lo referente a las exigencias del mercado holandés sobre envases, empaques y embalajes debido a que en este país se cuida mucho de la salud y el buen estado de los alimentos, se la evalúa con un punto y nivel bajo.

Finalmente se considera tanto los promedios de oportunidades y amenazas para determinar que Holanda presenta una oportunidad para poder comercializar la uvilla, obteniendo una media de 2.5, de nivel medio, como resultado de haber considerado los principales factores para el respectivo análisis.

### 3.6.2 ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO

#### 3.6.2.1 Demanda

El consumo de productos alimenticios en Holanda se ha modificado notablemente en las últimas décadas. Según datos de la FAO Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (2012), los niveles de consumo de proteína y de grasa han aumentado, lo que ha provocado que un 8% del total de la población sean personas con obesidad y otras enfermedades asociadas a una dieta desequilibrada, produciendo una reducción del consumo de frutas y verduras, a diferencia de épocas anteriores, donde se mantenía una dieta mediterránea, una forma de alimentación tradicional cuya características fundamentales eran el alto consumo de productos vegetales (frutas, verduras, legumbres y cereales), sin embargo en la actualidad la EFSA Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (2012), promueve campañas dirigidas a que los habitantes tiendan a mantener una dieta equilibrada y sana, evitando enfermedades



especialmente coronarias, consumiendo las proporciones de alimentos adecuadas para su salud.

La fruta exótica importada, está dirigida a todo tipo de consumidor, ya que la uvilla es conocida por todos los habitantes, debido a sus propiedades nutritivas, que aportan a mantener una dieta saludable y a prevenir algunas enfermedades, como lo indica la Guía Comercial de Países Bajos elaborada por PROECUADOR (2012), además cita varios tipos de consumidores los cuales presentan características diferentes pero coinciden en preferir productos saludables, “orgánicos” y light en donde la seguridad es un factor indispensable.

El consumidor neerlandés al igual que en toda Europa, exige principalmente un producto de calidad, orgánico y a precios accesibles, se caracteriza por acceder a lo mejor y de menor precio, el consumidor está bien informado, es inteligente, sofisticado y está al día, en la actualidad no toma como referencia la marca del producto, sino más bien la promoción utilizada que tiene sus bases en tweeter, facebook y redes sociales, convirtiéndose en la mejor promoción y la más económica, para los exportadores ecuatorianos que no poseen una marca reconocida, como lo afirma la Guía Comercial de Países Bajos elaborada por PROECUADOR (2012).

#### 3.6.2.2 Oferta

En base a los antecedentes estadísticos de Trade Map (2013), la plataforma de datos que fue desarrollada por el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI), con el objetivo de facilitar la investigación estratégica de mercado, las exportaciones se basan en la partida 081090 con la descripción “otros frutos frescos”, incluida la uvilla y se detallan a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla N° 4 Lista de los principales 10 mercados proveedores para un producto de la partida 081090, “otros frutos frescos” importado por Países Bajos (Holanda)**

Exportadores	2008	2009	2010	2011	2012
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Total	39774	37951	42416	46608	53097
Sudáfrica	2104	1668	2995	2630	8603
Colombia	4788	9693	4975	5533	8015
España	4282	3640	9343	9520	7764
Israel	2484	2236	2369	4108	6382
Bélgica	2734	1283	915	4976	6105
Francia	1437	1402	2568	3569	2984
Viet Nam	1692	1546	2616	2489	1967
Malasia	2136	2670	1448	1389	1309
Perú	276	456	378	814	1127

Fuente: Trademap

Elaborado por: Jairo Guerra

Según la partida 081090, la oferta de frutas frescas a nivel mundial, tiene un crecimiento significativo del 6%, provocado por una demanda existente de este tipo de productos.

**Tabla N° 5 Lista de los principales 10 mercados importadores para un producto de la partida 081090, “otros frutos frescos” exportado por Países Bajos (Holanda)**

Importadores	2008	2009	2010	2011	2012
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Total	36375	61586	44667	51264	33126
Alemania	14920	27932	22576	23825	15821
Francia	7378	5837	4733	4771	3435
Reino Unido	1520	2130	1804	2987	1918
Bélgica	2573	3708	2684	4590	1851
Suecia	1790	2809	1713	3948	1816
Noruega	790	1718	695	949	1014
Suiza	561	1195	579	604	786
Dinamarca	583	3303	1578	2096	729
España	571	778	327	317	634
Polonia	242	701	722	685	629

Fuente: Trademap

Elaborado por: Jairo Guerra

De igual manera los datos estadísticos indican que Holanda al igual que otros países exporta frutos frescos, llegando a determinar que las exportaciones han decrecido en un 4 %, citando como referencia la partida descrita como “*otros frutos frescos*”.

Según datos emitidos por el Banco Central del Ecuador, las exportaciones realizadas desde Ecuador hacia Holanda presentan un favorable incremento, tanto en cantidad medida en toneladas, como también con un porcentaje promedio del 2008 al 2012 del 38,71 por ciento de valor FOB total por dólar.

**Tabla N° 6 Valores expresados en miles de dólares, y ordenado por el valor total exportado 2008 -2012**

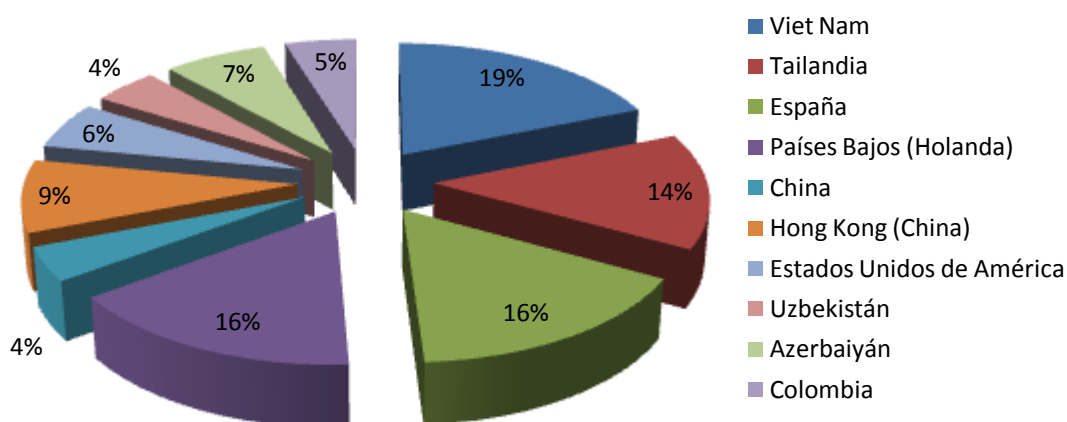
Subpartida nandina	Descripción nandina	País	Año	Tn	FOB-dólar	% / total FOB – dólar
0810905000	Uchuvas (Uvillas) (Physalis Peruviana)	Holanda	2008	2.75	6.60	12.10
			2009	9.97	33.57	43.22
			2010	24.09	115.25	34.47
			2011	15.03	83.08	36.99
			2012	50.11	250.78	66.77

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Jairo Guerra

El precio referencial de la uvilla en el mercado de destino se lo cita según un trabajo investigativo que tiene por título *Estudio de la cadena productiva de uvilla (Physalis peruviana L.) (2010), en la sierra norte del Ecuador*, que indica que según los datos citados de Fresh Plaza (2009) revista especializada en noticias del sector de frutas y verduras en Holanda y en Europa, se considera que el precio internacional de la fruta exótica en los mercados mayoristas europeos fue de 6.70 euros el kilogramo, 9 dólares aproximadamente, (Altamirano, 2010).

Como competencia internacional se indica a los principales exportadores de frutos frescos entre los cuales se incluye a la uvilla, interpretando que existe un nivel alto de competencia en lo relacionado al producto, a la vez se determina que dicha oferta responde a la demanda existente de esta fruta a nivel internacional.

**Gráfico N° 2 Países exportadores de la partida 081090, que incluye la uvilla**



Fuente: PROECUADOR  
Elaborado por: Jairo Guerra

Otro aporte sobre la competencia se basa en la investigación que lleva por título “Proyecto de factibilidad para la producción y exportación de uvilla al mercado alemán, periodo 2008 – 2018” (2009), se identifica que existen tres competidores potenciales que comercializan uvilla a la Unión Europea, con relación a Ecuador que son Colombia, Costa Rica y Zimbabwe.(Briseño, 2009).

En lo referente al canal de distribución utilizado actualmente para las frutas exóticas hacia la Unión Europea, consiste en cuatro etapas de comercialización: productor, consolidador-exportador, agente-importador, mayorista-distribuidor, minorista y consumidor final, se toma este tipo de esquema de la información que señala el CIMS Centro de Inteligencia de Mercados Sostenibles (2012), al igual se hace uso de la información proporcionada en la Guía Comercial de Países Bajos, elaborada por PROECUADOR (2012), que no especifica directamente el canal utilizado, pero aporta con los parámetros necesarios para posteriormente elegir el mejor canal de distribución de la uvilla hacia el mercado de destino.

### 3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

#### 3.6.3.1 Factores Político, Legales

La política comercial de Ecuador se proyecta a mejorar las exportaciones, tratando de reducir las importaciones mediante la Sustitución Estratégica de Importaciones (SEI), implementada por el COMEX, Comité de Comercio Exterior, como se indica en el Informe Económico y Comercial elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Quito, (2012), por lo que el objetivo principal es fomentar las exportaciones, como se señala en el COPCI, Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (2010), que hace referencia al aprovechamiento de los factores de producción y el intercambio comercial, con lo cual se busca que la actividad productiva nacional se diversifique y así conseguir la práctica del Buen Vivir.

Las barreras no arancelarias establecidas por Ecuador para exportar se detallan a continuación:

**Cuadro N° 8 Barreras No Arancelarias**

<b>Barreras No Arancelarias</b>	<b>Breve Descripción</b>
Certificado de Calidad	Bajo normas del Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN), certificado de conformidad como norma para ingresar a otros países, debido a exigencias de reglamentos técnicos de esos países.
Certificado sanitario	Para el caso de frutas frescas el certificado fitosanitario necesario para la exportación, emitido por AGROCALIDAD.
Certificado de origen	Documento que permite la liberación de arancelaria al producto en el país de destino.

Fuente: AGROCALIDAD, INEN, MIPRO.

Elaborado por: Jairo Guerra

Las políticas relacionadas a la normalización, metrología, certificación y verificación le competen al organismo del Consejo Ecuatoriano de Acreditación, que a la vez coordina las actividades con el INEN, Instituto Ecuatoriano de Normalización y el MAGAP, Ministerio de Agricultura,

Ganadería, Acuicultura y Pesca. Estas son las entidades encargadas de expedir normas técnicas que regulan a los procesos de producción, con la ejecución de los métodos respectivos que faciliten y garanticen exportar un producto de calidad cumpliendo con normas técnicas internacionales:

- Verificación Física
- Verificación Analítica
- Recipientes a Presión
- Envase y Embalaje

El Certificado Sanitario es un documento emitido por la institución de control sanitario correspondiente al país de origen, con el cual se indica que la mercancía analizada cumple con la normativa sanitaria local e internacional. Ecuador, para la verificación de productos a exportar tiene a los organismos de control sanitario los cuales son: la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, el Instituto Nacional de Pesca (INP), para los frutos frescos en los cuales se incluye la uvilla, el certificado será de carácter fitosanitario.

Por cada embarque que el exportador realice, AGROCALIDAD debe hacer una inspección previa del producto, para la emisión de un Certificado de Inspección que luego se canjea por el Certificado Fitosanitario en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos, el costo del documento por producto en Verificación Sanitaria es de 50 dólares, y tiene una vigencia de 90 días desde su aprobación, válido por ése único embarque, como lo señala PROECUADOR (2013).

Para realizar la exportación se debe cumplir con procedimientos requeridos por AGROCALIDAD, uno de los procesos es la inspección de otros frutos frescos tradicionales y no tradicionales que se exporten en cajas o al granel: hasta 50 TM, que tiene un costo de 10 dólares, de igual manera los embalajes de madera deben cumplir con la normativa exigida internacionalmente. Además se debe realizar el registro de comercializador – exportador, para cumplir la normativa correspondiente, este registro tiene un

costo de 80 dólares, como se indica en el Manual de requisitos para los usuarios de AGROCALIDAD (2011).

Datos emitidos por el Banco Central del Ecuador (2013), sobre la balanza comercial, indican que Ecuador ha presentado saldos negativos en los anteriores años, para el 2009, presentó un déficit de USD 208 millones, para el 2010 un déficit de USD 1,788 millones y para el 2011 USD 623 millones, pero para el 2012 se redujo el déficit a USD 142 millones, lo que representó una recuperación comercial de 79.2 %, lo que indica que las medidas adoptadas por el gobierno central están aportando a mejorar el déficit que el país mantuvo en los últimos años.

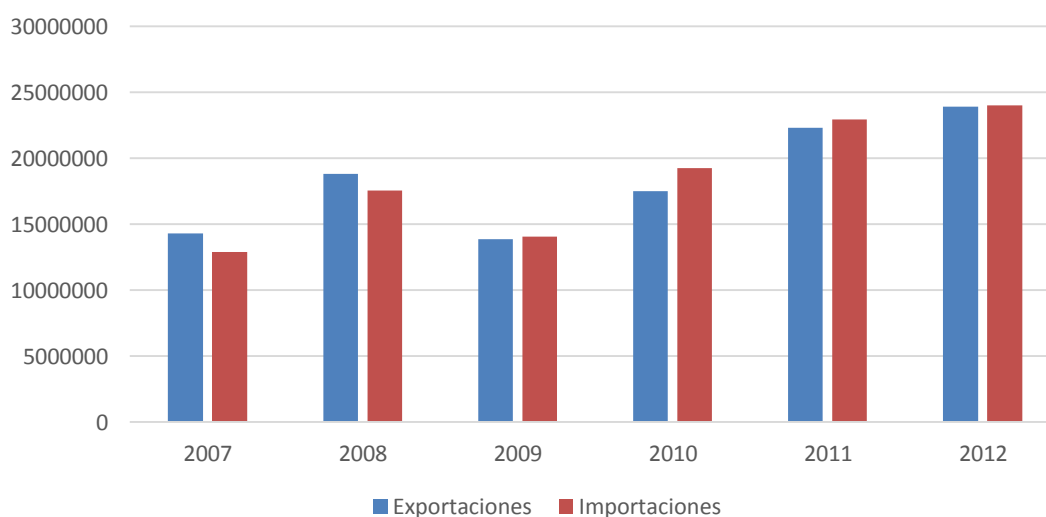
**Tabla N° 7 Balanza Comercial Ecuador – Mundo 2007 – 2012 Miles USD**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	14,321,316	18,818,326	13,863,055	17,489,923	22,322,353	23,898,734
Importaciones	12,895,241	17,551,930	14,071,449	19,278,702	22,945,794	24,041,538
Balanza Total	1,426,075	-1,266,396	-208,394	-1,788,779	-623,441	-142,804

Fuente: PROECUADOR; BCE.

Elaborado por: Jairo Guerra

**Gráfico N° 3 Balanza comercial ecuador 2007 - 2012**



Fuente: PROECUADOR; BCE.

Elaborado por: Jairo Guerra

### 3.6.3.2 Factor Socio-Económico

La producción nacional de uvilla está en crecimiento, el cultivo se realiza en las provincias del centro y norte de la Sierra, las zonas para la producción de esta fruta están principalmente en: Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi, Pichincha, Imbabura y Carchi, con alrededor de 200 hectáreas sembradas, con la expectativa y la proyección de exportar principalmente a los países de Europa, debido a la preferencia de consumo de la fruta exótica, como se manifiesta en el artículo *La uvilla se acomoda en el mercado internacional* del Diario La Hora (03/07/2011).

El sector ofertante investigado fueron los productores de uvilla de la Provincia del Carchi, con lo que se pudo realizar diferentes análisis sobre su situación actual en lo referente a la comercialización, métodos de cultivo, cantidad, calidad del fruto, principales características del fruto entre otros aspectos relevantes obtenidos desde la propia fuente primaria de información, las zonas investigadas fueron 12 como se indica en la siguiente tabla:

**Tabla N° 8 Cultivos de uvilla en la Provincia del Carchi**

<b>Zona</b>	<b>Cantón</b>	<b>Capacidad ha.</b>
<b>Tulcán</b>		
El Capote		1
Yalquer		1
P. Julio Andrade		1
P. Santa Martha de cuba		2
<b>San Pedro de Huaca</b>		
Huaca		1
<b>Montúfar</b>		
P. C. Colón		2
P. Chitán de Navarrete		2
P. San Isidro		1
<b>Bolívar</b>		
Bolívar		1
P. Los Andes		1
<b>Espejo</b>		
P. García Moreno		1
<b>Mira</b>		
Mira		2

Fuente: Gobierno Provincial del Carchi  
Elaborado por: Jairo Guerra



Es importante indicar que los datos sobre el tamaño del sector ofertante contenidos en la tabla anterior son la recopilación de varias fuentes tanto primarias y secundarias, si bien es cierto, nuestra provincia no posee grandes espacios de plantación de este fruto, por lo cual se debe considerar dos aspectos, es un producto no tradicional al cual últimamente se le descubrió el potencial comercial que posee y que Ecuador recientemente está fomentando la producción para su posterior comercialización nacional e internacional.

### 3.6.4 ANÁLISIS PRODUCTO - OFERTA

Para conocer las características que posee la uvilla se presenta la siguiente ficha técnica en la cual se resume aspectos importantes de la fruta:

**Cuadro N° 9 Ficha Técnica Uvilla**

	Nombre: Uvilla		
	Nombre científico: Physalis Peruviana L.		
	Familia: Solanáceas		
	Origen: Suramérica – Cordillera de los Andes.		
<b>Comercialización</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fresco: Presentación en canastillas de 125 gramos.</li> <li>Procesada: Actualmente se está exportando con ciertos niveles de transformación, como lo es la fruta deshidrata, para ser consumida como snack, uchucas en conserva, pulpa de uchuca, confites, jugos y mermeladas.</li> </ul>			
Clasificación arancelaria: 08.10.90.50.00			
Tendencia: Es una fruta exótica de gran aceptación en mercados internacionales, principalmente en el mercado Europeo.			
<b>Tabla Nutricional</b>			
Agua	79.6g	Fósforo	38mg
Calorías	54	Riboflavina	0.03mg
Proteínas	1.1g	Hierro	1.2 mg
Niacina	1.3 mg	Tiamina	0.18mg
Carbohidratos	13.1g	Fibras	4.8g
Calcio	7.0g	Ácido ascórbico	26 mg
Vitamina A	648U.I.	Ceniza	1.0g
<b>Descripción del producto</b>			
Color	Son frutos de color amarillo		
Peso	La uvilla tiene un diámetro de 1.25 a 2 centímetros		
Parte comestible	Su fruto es ácido, amarillo verdoso tiene una pulpa con numerosas semillas.		
Usos	Fruta Fresca , Mermelada de Fruta, Jugo		

Fuente: FAO

Elaborado por: Jairo Guerra

En la ficha se indica los aspectos que presenta la uvilla, tanto en su composición nutricional, como también las características comerciales que debe cumplir para su comercialización.

En lo relacionado a los proveedores existentes de uvilla como ya se mencionó anteriormente se toma como referencia a las provincias que han presentado registro de cultivo de uvilla en Ecuador, tal como lo señala el artículo *La uvilla seca se aprecia en Alemania* del Diario El Comercio (23/02/2013), por lo que se realiza la investigación de las posibles asociaciones que puedan proveer del producto en caso de existir la necesidad de incrementar la cantidad de comercialización, citando esta información en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 10 Proveedores sector frutícola (uvilla)**

Provincia	Capacidad productiva de la provincia por hectárea	Proveedor seleccionado
Imbabura	60	Sumak Mikuy.
Pichincha	100	Asociación de Productores de Malchinguí.
Cotopaxi	15	Asociación de Productores Agropecuarios de Pataín.

Fuente: Diario La hora, Diario El comercio

Elaborado por: Jairo Guerra

Para determinar la oferta actual de uvilla variedad colombiana en la Provincia del Carchi, se ha procedido a aplicar la respectiva encuesta en las zonas de cultivo anteriormente señaladas, con un enfoque cuantitativo que permita conocer cuál es la producción de la fruta exótica, debido a que no existen registro de datos históricos, se debe tomar en consideración varios datos que se los obtuvo mediante investigación de campo:

**Tabla N° 9 Datos referenciales cálculo de la oferta uvilla Provincia Carchi**

Hectáreas de cultivo	Cosechas anuales	Consumo interno	Variedad de uvilla
16 Hectáreas.	2 Anualmente.	50% C. Interno.	10% Otra Variedad

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

En la tabla anterior se indican datos importantes para poder establecer la oferta de uvilla en la Provincia, se conoció que mediante un estudio a nivel nacional realizado por el área de comercialización del MAGAP, Carchi posee 16 Ha de cultivo, además mediante la encuesta aplicada se conoció que anualmente se tiene 2 cosechas es decir cada 6 meses, debido a la altitud y el clima que presentan las zonas, otro dato muy importante es el consumo interno que abarca un 50% del total de la producción, este dato se lo ha tomado como referencia porque proviene de la empresa ecuatoriana Equinox Business Ltd, una de las principales exportadoras de frutos frescos entre los cuales está la uvilla, finalmente en lo relacionado a la variedad se pudo conocer que en la actualidad existen plantaciones de uvilla variedad colombiana, ecuatoriana y desconocida, a estas dos últimas le corresponde el 10% del total de la producción.

Estos cuatro factores son determinantes ya que influyen directamente en la cantidad de oferta que la provincia posee, por consiguiente se presenta a continuación la oferta de uvilla para el año 2012:

**Tabla N° 10 Oferta de uvilla producida en la provincia del Carchi para el año 2012**

Producción Uvilla kg/ha/año	Producción Uvilla de 16 kg/ha/año	60 % uvilla Consumo interno Y variedad kg/ha/año	40% uvilla considera para exportación año 2012 kg/ha/año	Cantidad considerada para exportación año 2012 tn/ha/año
8000	124000	74200	49800	50

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

Para determinar la oferta del año 2012 se realizó la investigación de campo, que permitió obtener este dato de una forma más específica, mediante lo cual se pudo conocer que una hectárea produce 8000 kilos al año, si se posee 16 hectáreas la producción total es de 124000 kg/ha/año, tomando en consideración las 2 cosechas anualmente, pero como no toda la producción puede ser considerada para la comercialización internacional, se toma un margen del 50% destinada al consumo interno, a esto también se le agrega el porcentaje de otra variedad de uvilla que se cultiva, cuya sumatoria es del 60%, obteniendo 74200 kg/ha/año, la diferencia se representa en las 50

toneladas para la exportación, cabe señalar que esta cantidad no se la debe considerar como fija.

El precio por kilo de uvilla se lo determina según la preferencia del comprador, un kilo de uvilla con capuchón está valorado entre 1.00 y 1.15 dólares, mientras que sin capuchón tiene un valor de 1.28 dólares cada kilo.

### 3.6.5 FODA

#### 3.6.5.1 Análisis FODA

**Cuadro N° 11 Análisis FODA**

<b>Análisis externo</b>
<b>Oportunidades y Amenazas</b>
<b>Oportunidades</b>
Consumo mundial en crecimiento, especialmente el mercado holandés.
Preferencia por los beneficios de la fruta fresca para la salud.
Apertura de nuevos nichos en el mercado internacional.
Posibilidad de mayor acceso a mercados europeos por liberación de barreras arancelarias.
Apoyo a las exportaciones por parte del sistema generalizados de preferencias plus SGP Plus (+) a países en desarrollo.
Estabilidad económica país de destino favorable reflejado en el 5 lugar ocupado en la zona euro.
Estilo de vida y poder adquisitivo del habitante neerlandés reflejado en el PIB Per cápita.
<b>Amenazas</b>
La competencia crea incertidumbre sobre la fijación de precios en mercados internacionales.
Actual mercado mundial más exigente en la calidad del producto.
Existencia de políticas tributarias gravamen de IVA de alto porcentaje en el país objetivo.
Repercusiones de la crisis mundial en la economía de la Unión Europea.
<b>Análisis Interno</b>
<b>Fortalezas y Debilidades</b>
<b>Fortalezas</b>
Zonas de cultivo de reconocimiento nacional.
Calidad del producto y presentación apta para su transportación.
Compromiso de los proveedores para la comercialización.
Adecuada infraestructura para la comercialización.
Buena relación entre proveedor y cliente.
Producto ecológico ayuda a la reducción del impacto ambiental.
Características de la fruta permite su diversificación productiva.
<b>Debilidades</b>
Falta de cultura de producción.
Falta de organización a nivel provincial.
Uso de métodos no favorables a la productividad.

Costo considerable para la producción.

Contacto mínimo con los distribuidores del exterior.

Fuente: Análisis Situacional País de Destino (Holanda); Análisis Situacional del Ecuador  
Elaborado por: Jairo Guerra

### 3.6.5.2 Fuerzas de Porter

En el análisis del micro entorno generalmente se utiliza un guía que permita establecer la planificación de la estrategia corporativa, propuesta en 1980 por Michael E. Porter, ya que permite determinar los efectos de rentabilidad a largo plazo del comportamiento de un segmento o de un mercado, el uso de las cinco fuerzas es necesario para evaluar los recursos, objetivos que presenta la competencia y así mejorar los respectivos procesos.

**Gráfico N° 4 Fuerzas Porter**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

### **Análisis de las Fuerzas Competitivas**

La uvilla (*Physalis peruviana*) es una especie originaria de Sudamérica, conocida con diferentes nombres: uchuva en Colombia, uvilla en Ecuador y capulí en el Perú.

Se deber considerar la competencia existente de nuestro país vecino Colombia, ya que según las estadísticas, es uno de los principales

productores y exportadores de la región, pero a su vez se analiza, que este país tiene como mercado meta a Alemania, cabe señalar que está empezando a incursionar en el mercado Holandés, esto se lo toma como un referente debido a que las exportaciones desde Ecuador tienen destino hacia Holanda, desde los inicios de la exportaciones de esta fruta, además se presentan las características nutritivas de la uvilla ecuatoriana debido a que los cultivos se los realiza de la manera más orgánica posible.

### **La Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Mediante el siguiente análisis se permitirá identificar la competencia y los nuevos posibles competidores, observando sus debilidades con el enfoque de convertirlas en oportunidades, para conseguir la satisfacción de las necesidades de los clientes.

### **Competencia Nacional**

Se ha identificado que entre las principales provincias comercializadoras ecuatorianas de uvilla están:

- Pichincha
- Cotopaxi
- Tungurahua
- Imbabura, con una reciente expectativa de comercialización.

### **Competencia Internacional**

El mercado Holandés importa uvilla de distintos países entre los cuales tenemos:

- Colombia
- Madagascar
- Sudáfrica

Se debe analizar que existen diferentes formas para la comercialización de uvilla entre ellas está la de los intermediarios, que si bien es cierto, podrían llamarse competencia directa debido a que ya tienen establecidas las zonas de distribución y comercialización.

La estabilidad de algunos exportadores ya constituidos representan una ventaja competitiva y a su vez marcan la diferencia en sus productos, ya sea en presentaciones, valor agrado y la calidad, esto lo han conseguido mediante la incursión en diferentes mercados a través del tiempo.

### **La Amenaza de productos sustitutos**

En lo relacionado a la amenaza de productos sustitutos se podría indicar que la uvilla es una fruta exótica, que presenta varias características nutritivas que otros productos no las presentan, hay frutos frescos que también poseen nutrientes importantes, pero la tendencia de consumo de uvilla y la aceptación en el mercado holandés es un aspecto importante dentro de la alimentación saludable.

Además es importante señalar que la uvilla se está diversificando en lo relacionado a la oferta de nuevos productos, que no se podría considerar como un producto sustituto ya que se necesitará del mismo fruto para poder industrializarlo.

La calidad de la uvilla ecuatoriana está entre los estándares que requiere el mercado de destino, además se considera que se mantiene la misma calidad que presentada por la oferta internacional.

### **El poder de negociación de los compradores**

El mercado holandés se caracteriza por su apertura para las negociaciones internacionales, debido que a presenta facilidades de ingreso de productos y capital que se convierte en diversificación económica, en lo relacionado a la

comercialización de la uvilla, las importaciones son en grandes cantidades, facilitando una posterior comercialización en costos unitarios.

Debido a que la uvilla no se produce en Holanda y como la población tiene una tendencia de consumo de este fruto, es primordial para las industrias y empresas la compra desde terceros países, entre los cuales está Ecuador, además la negociación se facilita porque Holanda ofrece ventajas arancelarias, permitiendo tener una competencia en lo relacionado a precios internacionales.

### **El poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación de los proveedores de la uvilla específicamente en el ámbito nacional se podría decir que es limitado, debido a que presentan poca capacitación en este tema, dificultando la negociación y en muchas ocasiones provocando pérdidas en la producción.

Algo muy importante que se debe señalar es que la existencia de los intermediarios provoca una dependencia de los productores en el ámbito de la negociación, debido a que, los que cultivan la uvilla en la Provincia del Carchi, no se encuentran organizados sino que la comercialización la realizan de forma independiente, provocando en muchos casos varias discrepancias en los precios.

Según lo señalado anteriormente el poder de negociación del proveedor es indispensable en una negociación, porque es un factor importante especialmente cuando existe aumento en oferta (poder de negociación de los productores disminuye) o aumento en la demanda (fortalece el poder de negociación de los productores), de la negociación que realice el productor depende en muchos casos los costos nacionales e internacionales de la uvilla.



### 3.6.6 PROYECCIONES DEL ESTUDIO

#### **Oferta Projectada de la Provincia del Carchi**

Con respecto a la proyección de la oferta de uvilla de la Provincia del Carchi, es importante indicar que no se cuenta con datos estadísticos históricos de producción de esta fruta, por lo tanto se realizó la investigación de campo en ferias de alimentos de la localidad, que permitieron obtener datos sobre las zonas de cultivo, para posteriormente aplicar la encuesta respectiva que permitió recolectar datos más concretos, se debe mencionar que se obtuvo también información del Gobierno Provincial del Carchi, específicamente mediante entrevista al Sr. Andrés Chulde, Técnico del Departamento de Fomento Agropecuario de la Dirección de Gestión de Desarrollo Económico Local, así como también datos obtenidos de fuente secundarias (internet) provenientes de medios de comunicación escrita tanto locales y nacionales, como se los cita a continuación; el diario La Hora y su artículo “La uvilla es apetecida en el mercado exterior”, (15/01/2006), el diario el Comercio presentó un artículo que lleva como título “*La uvilla ecuatoriana fresca y deshidratada se va a EEUU*”, (02/12/2007), y finalmente el artículo que presenta datos referenciales tiene por título “*La uvilla se toma los campos del Carchi*”, del diario el Comercio (18/10/2008), los cuales proporcionaron información valiosa sobre las superficies cultivadas en varias zonas del Carchi, lo que permitió realizar las proyecciones tanto de hectáreas de cultivo y de la producción estimada, mediante el método de tasa de crecimiento, utilizando la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o (1 + i)^n$$

Donde;

$P_o$  = dato inicial

$i$  = tasa de crecimiento

$n$  = número de periodos

**Tabla N° 11 Proyección de la oferta de uvilla Provincia del Carchi**

<b>Año</b>	<b>Proyección kg.</b>	<b>Proyección tn.</b>
2012 (Base)	49800	50
2013	54780	55
2014	60258	60
2015	66284	66
2016	72912	73
2017	80203	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

Determinada la oferta proyectada, podemos indicar que tendrá un incremento entre el periodo 2012 - 2017 de 8%, normal y adecuado, tomando en cuenta que el margen de crecimiento es mínimo en la producción de uvilla, debido a las expectativas que tienen los agricultores de esta fruta.

### **Proyección de las Importaciones Holandesas**

Para el cálculo es necesario obtener datos históricos, considerando 5 años anteriores (tiempo e importaciones 2008 – 2012), para lo cual se recurrirá a las fuentes secundarias.

**Tabla N° 12 Importaciones históricas de “otros frutos frescos”**

<b>Año</b>	<b>Tn</b>
2008	39774
2009	37951
2010	42416
2011	46608
2012	53097

Fuente: Trademap

Elaborado: Jairo Guerra

**NOTA:** Las estadísticas están basadas en la partida 081090, cuya descripción corresponde a “otros frutos frescos”, en los que se incluye a la uvilla.

Se utilizó el método de mínimos cuadrados para realizar la proyección de las importaciones y exportaciones de uvilla en Holanda. El método a utilizado procura encontrar la relación existente entre el tiempo y las importaciones

futuras de uvilla, para éste caso el tiempo será la variable independiente “X”, y las importaciones serán la variable dependiente del tiempo “Y”.

$$y = a + bx$$

Donde

a = desviación al origen de la recta

b = pendiente de la recta

X = valor dado de la variable X, el tiempo

Y = valor calculado de la variable Y, la demanda

Se deberá determinar a y b, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$\sum y = n.a + b \sum x$$

$$\sum x y = a \sum x + \sum x^2$$

Obteniendo como resultado:

$$a = 33.378$$

$$b = 3530$$

Reemplazando en la ecuación de proyecciones:

$y = a + b x$ ; Dónde x, es el año a proyectar

**Tabla N° 13 Proyección de las importaciones en tn**

<b>Año</b>	<b>Importaciones en tn</b>
2013	54560
2014	58090
2015	61621
2016	65151
2017	68681

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

## Proyección de las Exportaciones Holandesas

**Tabla N° 14 Exportaciones históricas de “otros frutos frescos”**

Año	Tn
2008	36375
2009	61586
2010	44667
2011	51264
2012	33126

Fuente: Trademap  
Elaborado: Jairo Guerra

**NOTA:** Las estadísticas están basadas en la partida 081090, cuya descripción corresponde a “otros frutos frescos”, en los que se incluye a la uvilla.

Se utiliza el método de regresión lineal para la proyección de las exportaciones, como se indica a continuación:

$$\sum y = n.a + b \sum x$$

$$\sum x y = a \sum x + \sum x^2$$

Obteniendo como resultado:

$$a = 50.450$$

$$b = -1682$$

Reemplazando en la ecuación de proyecciones:

$$y = a + b x; \text{ Dónde } x, \text{ es el año a proyectar:}$$

Se obtiene la proyección de las exportaciones 2013 – 2017

**Tabla N° 15 Proyección de las exportaciones en tn**

Año	Exportación en tn
2013	40358
2014	38676
2015	36994
2016	35312
2017	33630

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

## Cálculo y Proyección del Consumo Nacional Aparente

Una vez obtenidos los datos de las proyecciones tanto de importaciones y exportaciones, se procede a determinar el consumo aparente, el cual se elabora cuando no existen datos de la Demanda Histórica, la estimación se basa en datos anuales de producción, exportación, importación, dado por la siguiente fórmula:

$$\text{CNA} = \text{PN} + \text{M} - \text{X}$$

Dónde:

CNA = Consumo Nacional Aparente

PN = Producción Nacional

M = Importaciones

X = Exportaciones

Es necesario indicar que para el cálculo del consumo aparente no se contará con datos sobre la producción nacional de Holanda, porque no es un país productor de uvilla, debido a que no posee las características climáticas que requiere este fruto para su cultivo, por lo cual se considerará la diferencia entre importaciones – exportaciones.

**Tabla N° 16 Consumo Aparente en Tn Holanda 2013 – 2017**

<b>Año</b>	<b>Producción Nacional</b>	<b>Importaciones Tn</b>	<b>Exportaciones Tn</b>	<b>Consumo Nacional Aparente Tn</b>
2013	0	54560	40358	14203
2014	0	58090	38676	19415
2015	0	61621	36994	24627
2016	0	65151	35312	29839
2017	0	68681	33630	35052

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

Anteriormente se indicó la fórmula para el cálculo del consumo aparente y una de las variables es la producción nacional de uvilla en Holanda, es

necesario indicar que para poder obtener este dato estadístico el valor de esta variable será igual a cero, también se debe señalar que Holanda si exporta uvilla, es decir los intermediarios son los encargados de comercializar este fruto posteriormente a la importación desde diferentes países.

Realizado los cálculos respectivos, se puede determinar que el consumo aparente según las proyecciones tendrá un incremento progresivo de un 11%, hasta el año 2017 ya determinado.

### 3.6.6.1 Definición de Mercado

#### **Población a Investigar**

Holanda, debido a su situación geográfica, en el corazón de Europa occidental, goza de una posición inicial favorable y precisamente en esta zona están concentradas las principales industrias europeas, este país cuenta con más de 15 millones de habitantes, el mayor número de las personas neerlandesas se incorporan como demandantes efectivos de frutas y verduras frescas. La economía holandesa está ampliamente orientada hacia los sectores del comercio y transporte.

**Tabla N° 17 Población de Holanda**

<b>Año</b>	<b>Habitantes Holanda 2012</b>	<b>Tasa de crecimiento poblacional</b>
2012	16.730.329	0,452%

Fuente: hollandtrade / Population

Elaborado: Jairo Guerra

#### **Proyección de la Población a Investigar**

Se utilizó el método de la tasa de crecimiento para proyectar la población, utilizando la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o (1 + i)^n$$

Donde;

P<sub>o</sub> = año base

i = tasa de crecimiento

n = número de periodos

**Tabla N° 18 Población de Holanda Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Población Año Base 2012</b>	<b>Tasa de Crecimiento</b>	<b>Población Proyectada</b>
2013	16.730.329	0,452%	16805950
2014	16.730.329	0,452%	16881913
2015	16.730.329	0,452%	16958219
2016	16.730.329	0,452%	16958219
2017	16.730.329	0,452%	17034870

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

### **Consumo Per Cápite Anual**

El consumo per cápita anual está conformado de dos factores importantes que permiten determinar la cantidad de uvilla que consumirá cada persona anualmente, estos elementos son el consumo recomendado y el consumo real en kilos, la diferencia entre el primero con el segundo emite un déficit en kilos como se indica en la siguiente tabla:

**Tabla N° 19 Consumo Per Cápite Anual**

<b>Año</b>	<b>Real (Kg)</b>	<b>Recomendado (Kg)</b>	<b>Déficit (Kg)</b>
2012	1,19	9,09	7,90
2013	0,85	9,09	8,24
2014	1,15	9,09	7,94
2015	1,45	9,09	7,64
2016	1,76	9,09	7,33
2017	2,06	9,09	7,03

Fuente: FAO

Elaborado: Jairo Guerra

El consumo real se lo obtiene mediante el promedio entre el consumo nacional aparente y la población nacional, por lo que se puede determinar que tendrá un crecimiento del 12% entre el periodo 2013 – 2017, en lo relacionado al consumo recomendado por las instituciones de nutrición en la Unión Europea como la OMS Organización Mundial de la Salud (2012) y la EFSA Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (2012), de frutas y vegetales frescos es de  $\geq 400g.$ , al día, para la investigación se toma como referencia los datos de frutas frescas y se indica que el consumo

recomendado es de 3 porciones diarias, en un total de 166g, no siendo el promedio óptimo, pero si el actual y en definitiva se toma el consumo recomendado el establecido por la FAO Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura (2012) de 9,09 kilogramos al año.

### 3.6.6.2 Demanda Efectiva

Como se indica en la tabla anterior, se demuestra un déficit en kilos de frutas no cubierto, por lo que se considera realizar una estratificación de la población, y es así que se elige a la ciudad de Rotterdam para realizar la comercialización de la uvilla, observando factores que ayuden a cubrir parte de la demanda de esta ciudad con la oferta disponible que presenta la Provincia del Carchi.

En el año 2012, en Rotterdam el 14% de la población era mayor de 65 años, se proyecta que para el 2030 será del 18%. Además del envejecimiento de la población, el porcentaje de hogares unipersonales creció en Rotterdam, en la actualidad, hay 148.000 hogares unipersonales (46%), según datos estadísticos del Municipio de Rotterdam (2013).

Los datos antes mencionados se los toma como referencia para la desagregación de la población, necesarios para la investigación, un estudio de mercado sobre el consumo de frutas finas en los países bajos (fruta fresca y derivados industriales), realizado por PROARGEX – Promoción de las Exportaciones de Agroalimentos Argentinos (2010), señala lo siguiente:

Los mayores consumidores son las personas mayores.

Las familias constituidas por una sola persona, y aquellas en las cuales ambos trabajan, son las que más gastan en frutas y también quienes compran las frutas más caras, como son las exóticas, (pág. 52).

De igual manera se cita como referencia la aceptación y consumo de frutas frescas por parte de los jóvenes comprendidos entre las edades de 20 – 35 años, como se indica en el documento Oportunidades Comerciales en el



Sector Agro en el Mercado de los Países Bajos, elaborado por César Talavera Silva Santisteba, Consejero Económico-Comercial de la Embajada del Perú en los Países Bajos, (2011).

Se delimita la población tomando en consideración la estructura demográfica, personas mayores de 65 con 14%, hogares unipersonales 46% y los jóvenes 6%, es necesario indicar que una parte de la población joven también pertenece a los hogares unipersonales, con estos porcentajes de preferencia en consumo de frutas frescas se realiza el cálculo del déficit total de Rotterdam tanto en kilogramos y toneladas, determinando la cobertura del proyecto, como se detalla:

**Tabla N° 20 Demanda Efectiva**

Población Estratificada Rotterdam (66%)	Déficit Total Rotterdam (Kg)	Total Déficit Tn	Cobertura		
			(Kg)	(Tm)	% De Cobertura
406.908	3213071	3213	49800	50	2%
408.739	3370018	3370	54780	55	2%
410.578	3259978	3260	60258	60	2%
412.426	3150018	3150	66284	66	2%
414.282	3036859	3037	72912	73	2%
416.146	2926488	2926	80203	80	3%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

La población estratificada de Rotterdam será del 66% del total de los habitantes de esa ciudad, el déficit total tendrá un decrecimiento en los años posteriores, la razón más lógica es la oferta de productos sustitutos o industrializados, pero se mantienen la tendencia de consumo de fruta fresca en este caso de la uvilla.

Analizando la tabla sobre el cálculo de la demanda efectiva, se puede determinar que la oferta de uvilla de la Provincia del Carchi, en los cuatro años de proyección puede cubrir un 2%, representando entre 55 a 73 toneladas de la demanda del mercado holandés, el posterior año refleja un leve incremento de oferta a 3%, considerado en 80 toneladas, fundamentado en que actualmente Ecuador exporta aproximadamente 100 toneladas

anuales de uvilla a nivel mundial, entre los cuales el principal país de destino es Holanda, es importante indicar que la demanda restante de fruta exótica que este país europeo requiere es cubierta por los otros proveedores de diferentes países.

## **CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1 CONCLUSIONES**

Es necesaria la creación de un centro de acopio para la comercialización internacional de uvilla cultivada en la provincia del Carchi, que permita cubrir parte de la demanda insatisfecha en el mercado de Holandés.

Las condiciones agropecuarias que presenta la provincia del Carchi son favorables para el cultivo de uvilla, llegando a obtener un producto de alta calidad y de altos beneficios nutritivos, convirtiéndose así en una ventaja competitiva.

Holanda es el primer destino de la uvilla ecuatoriana representado con un 0,5% del total de las importaciones a nivel mundial de frutas frescas, seguido por Francia, y uno de los principales proveedores de la Unión Europea de las mismas a través de su re-exportación.

Los hábitos alimenticios de los ciudadanos de Rotterdam, indican que se mantiene un estilo de vida saludable, lo que se convierte en una ventaja favorable para la comercialización de la uvilla, que le permite a la empresa participar entre el 2% y 3% de la cobertura de la demanda insatisfecha en esta ciudad.

El proceso de exportación de uvilla desde la provincia del Carchi, es fundamental para el desarrollo comercial, debido a que este conjunto de actividades implica la promoción de la fruta y el reconocimiento de la comercializadora a nivel internacional.

La uvilla para Ecuador está generando una gran expectativa en el comercio exterior, ya que se proyecta con un rubro prometedor, por su aceptación en el mercado internacional, también es importante señalar que debido a la competencia está expuesto a la variación de precios, lo que se reflejaría en los costos de producción.

## 4.2 RECOMENDACIONES

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP) debería poner mejor énfasis en impulsar y desarrollar proyectos enfocados a mejorar el rendimiento de los cultivos de uvilla existentes en la Provincia, así mismo fomentar en los agricultores una cultura productiva, mediante la utilización de nuevas tecnologías y nuevos métodos de cultivo.

El Ministerio de Relaciones Exteriores y las organizaciones vinculadas al comercio exterior encargadas de la promoción de los productos ecuatorianos, deben unificar esfuerzos e ideas, encaminadas a la búsqueda de nuevos nichos de mercado, a la vez se recomienda brindar capacitaciones a los pequeños empresarios para dar a conocer muchas de las ventajas que los productos del Ecuador presentan en el mercado internacional y así fomentar una cultura de emprendimiento.

Es recomendable desarrollar proyectos para la diversificación de la uvilla, es decir la industrialización para la elaboración de derivados de esta fruta y así poder aprovechar las características nutricionales, dando lugar a una nueva ventaja ante la competencia, dándole un valor agregado y no solo ser proveedores de materia prima.

Es necesario realizar estudios en nuevos mercados donde no exista mayor oferta de uvilla, para poder aprovechar las ventajas competitivas que la fruta posee, además es necesario estar en constante conocimiento de los avances que tenga nuestro principal competidor y determinar las mejores las estrategias aplicables.

Se recomienda una adecuada selección de canales de distribución los cuales permitan un mejor posicionamiento de nuestro producto en el mercado nacional e internacional, así como el diseño de mejores estrategias de comercialización, a la vez brindar un producto de calidad, con optimización de tiempos y de recursos.

Es indispensable que las Instituciones Públicas tengan un aporte activo en lo relacionado a mejorar la organización de los productores de uvilla en la Provincia del Carchi, con el fin de mejorar y concentrar esfuerzos encaminados al desarrollo de la zona frutícola de la región, mediante la optimización de los recursos disponibles.

## **CAPÍTULO V PROPUESTA**

### **5.1 TÍTULO**

Estudio de factibilidad para la comercialización de uvilla cultivada en la Provincia del Carchi que permita atender parte de la demanda requerida en la ciudad de Rotterdam - Holanda.

### **5.2 JUSTIFICACIÓN**

La justificación del presente proyecto se basa en varios aspectos, el estudio de mercado realizado a Holanda es uno de ellos y en los tres factores determinantes de la investigación, el estudio técnico, el estudio logístico y el estudio financiero, que contribuyen a obtener y conocer resultados importantes para la toma de decisiones en lo relacionado a la factibilidad y la ejecución del plan de inversión.

Se identifica mediante el estudio de mercado que Holanda es un potencial consumidor de frutas frescas y que consume la uvilla de origen ecuatoriano, además se considera elementos relevantes que permiten establecer a la ciudad de Rotterdam como un nicho de mercado, adecuado para la exportación de la fruta exótica, como primer indicador se cita la situación socio-económica del entorno, se identifica que el PIB de este país europeo a pesar de las crisis que han afectado a la euro zona, mantiene una estabilidad económica con su modelo de economía abierta, es así que los ingresos económicos indican que el poder adquisitivo de los neerlandeses es alto, además su cultura alimenticia procura el consumo de frutas y verduras frescas, encaminadas a alcanzar un estilo de vida saludable, convirtiéndose en condiciones favorables para comercialización de la uvilla desde la Provincia del Carchi.

Se identifica de igual manera el apoyo a los países de desarrollo sostenible, mediante estímulos que permiten la mejor fluidez del intercambio comercial,

Ecuador es un beneficiario debido a que cumple con los parámetros necesarios para poseer 0% de ad valorem, otorgados por los países europeos integrantes del SGP Plus (+), sin embargo se debe cumplir con medidas administrativas obligatorias para comercializar un producto en el mercado holandés, basadas en normas internacionales sobre la calidad del producto importado.

De igual forma demuestra sus avances tecnológicos en ámbito de infraestructura (puertos, aeropuertos, carreteras) y apoyo al aspecto logístico (ubicación estratégica) de movilización de mercaderías, ofreciendo grandes ventajas para convertirse en un gran socio comercial a nivel mundial, debido a su ubicación geográfica para las diferentes operaciones del comercio internacional.

El principal aspecto es la demanda de frutas frescas por parte de Holanda, ya sea para su reexportación, industrialización o consumo final, específicamente en la ciudad de Rotterdam donde se ha llegado a determinar que existe una demanda efectiva de uvilla, lo que permite establecer como mercado meta a esta localidad holandesa, si bien es cierto en la actualidad existe oferta de productos industrializados, pero los gustos y preferencias de consumo de fruta fresca se mantienen dentro de la población, incentivados por las campañas establecidas por instituciones encargadas de fomentar los buenos hábitos alimenticios.

Finalmente se analiza la situación comercial de Ecuador y Holanda, en lo relacionado a exportación e importación de uvilla respectivamente y según datos del Banco Central del Ecuador en 2012, el 54% de las exportaciones de la fruta tuvo como destino principal Holanda, datos que reflejan la aceptación y la demanda de la fruta exótica ecuatoriana.

El estudio técnico es fundamental dentro del proyecto de inversión, ya que permite conocer acerca del requerimiento del espacio físico, el presupuesto de activos fijos, la micro y macro localización y la estructura organizativa en relación al centro de acopio a constituir, así como también la ingeniería del

proyecto formada por los procesos requeridos para la adecuación del producto a comercializar; indicando de esta forma todos los datos influyentes para obtener un mejor desarrollo, elementos que sirven como punto de partida para establecer parámetros idóneos necesarios para determinar la adecuación óptima de la uvilla, analizando alternativas y condiciones en el uso eficaz y eficiente de los recursos disponibles.

Consecuentemente y posterior al análisis del tamaño del proyecto, el segundo aspecto importante es el estudio logístico que se basa principalmente en la DFI, Distribución Física Internacional de la mercadería hacia Holanda como país de destino, con una adecuada gestión logística en la toma de decisiones, relativas a los medios a utilizar, que cumplan las exigencias, en el ámbito de talento humano, geográfico y medioambiental, que procure mejorar el proceso de adecuación de la fruta y su distribución, con el fin de reducir los costos y el plazo de la entrega del producto al agente comercial o importador de frutas frescas en el exterior.

Finalmente el factor determinante y concluyente es el estudio financiero, que refleja los resultados de toda la investigación realizada, además sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes, indicando datos que permiten analizar la viabilidad del proyecto, para efectuar la evaluación y así adoptar la mejor decisión, que conlleve a determinar si es factible para su inversión y ejecución.

## **5.3 OBJETIVOS**

### **5.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad para la comercialización de uvilla cultivada en la Provincia del Carchi que permita atender parte de la demanda efectiva de la ciudad de Rotterdam - Holanda.



### 5.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio técnico que permita la correcta localización y organización del centro de acopio, así como también establecer los debidos procesos de adecuación de la uvilla requeridos para su comercialización.
- Determinar los procesos logísticos de la Distribución Física Internacional, necesarios desde el país de origen Ecuador hasta el país de destino Holanda, para atender parte de la demanda efectiva de uvilla.
- Establecer un estudio económico y financiero que permita conocer la rentabilidad de exportar uvilla desde la Provincia del Carchi hacia Rotterdam – Holanda.

## 5.4 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

### 5.4.1 ESTUDIO TÉCNICO

Para la presente investigación se ha determinado establecer un centro de acopio para el proceso de comercialización de la uvilla, que permitirá recolectar la oferta en un mismo punto geográfico de la Provincia del Carchi, que garantice la venta a los agricultores de sus cosechas en la misma zona. El centro de acopio se constituirá en el mercado inmediato para el productor, permitiendo así la clasificación de la fruta, el mejoramiento de la calidad y la preparación para su posterior comercialización a los mercados intermedios e internacionales. Así mismo procurando la conservación y el mantenimiento, bajo condiciones de temperatura y ambientes apropiados, que permitan mantener las características nutritivas del producto.

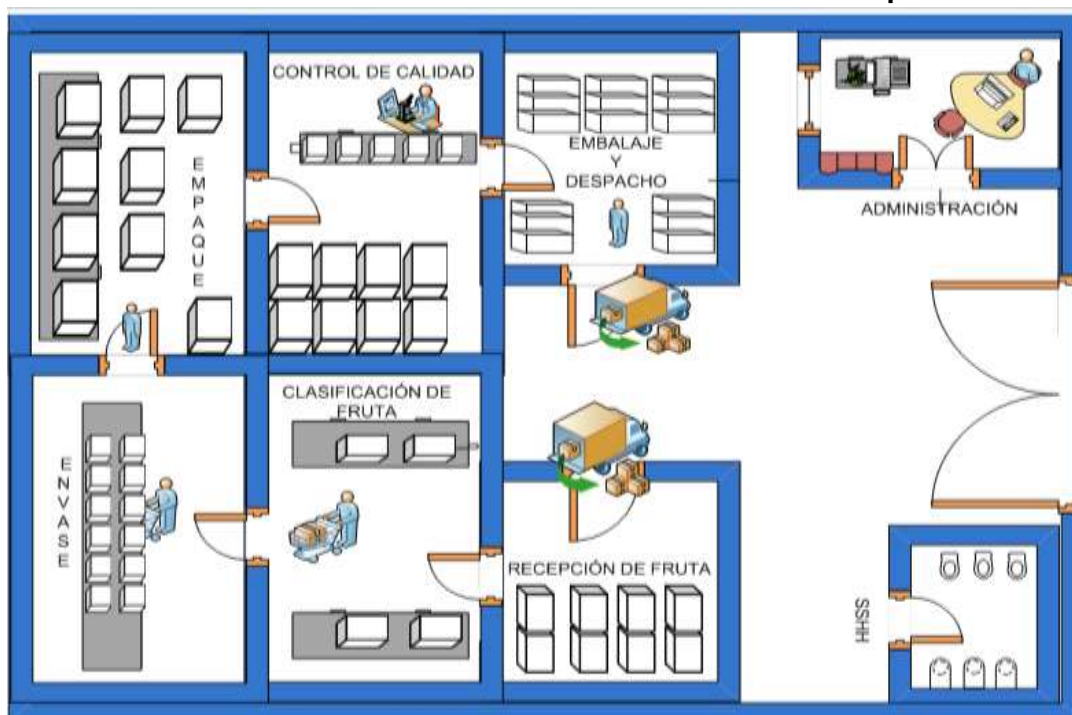
El requerimiento del espacio físico para el centro de acopio se constituirá por áreas para la adecuación del producto, distribuidas de la siguiente manera:

**Tabla N° 21 Requerimiento Espacio Físico**

N°	Actividad
1	Recepción de fruta
2	Clasificación de fruta
3	Envase (canastillas plásticas)
4	Empaque(cajas de cartón)
5	Control de calidad
6	Unitarización
7	Despacho producto exportación

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

**Gráfico N° 5 Distribución Física del Centro de Acopio**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

En lo relacionado al presupuesto de activos fijos requeridos para la adecuación del producto a comercializar se citan los siguientes rubros:

**Tabla N° 22 Activos fijos**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinarias y equipos</b>			
Mesa de banda rodante	1	900,00	900
Etiquetadora Towa	1	139,75	140
Balanza eléctrica industrial 30 kg	1	100,00	100
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorio	1	150,00	150
Sillón ejecutivo	1	80,00	80
Sillas	3	25,00	75

Mesas	2	20,00	40
Archivadores	1	90,00	90
Estantería metálica	0	120,00	0
Teléfono	2	15,00	30
Fax	1	180,00	180
Calculadoras	2	10,00	20
Mesas de acero inoxidable	6	100,00	600
Gavetas plásticas industriales 5 kg	60	4,00	240
<b>Equipo de computo</b>			
Computadora	1	650,00	650
Impresora	1	170,00	170

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

## Localización óptima del proyecto

### Micro localización

Para determinar un lugar adecuado y estratégico de ubicación del centro de acopio de la uvilla, se debe considerar que presente las características favorables según con todas las actividades que se van a realizar, se procede a evaluar los factores que se indican a continuación, mediante una escala de 1 a 5, siendo el primero el menos significativo y el último el más importante:

**Tabla N° 23 Micro Localización Centro de Acopio**

Factores De Localización	Sector		
	Norte (Periférico)	Centro (Periférico)	Sur (Periférico)
Disponibilidad de Infraestructura	3	3	5
Accesibilidad para de Cliente	3	3	4
Talento Humano	4	4	5
Competencia	0	0	0
Costos de Arriendo	0	0	0
Servicios Básicos	3	4	5
Fuentes de Abastecimiento	3	3	5
Salubridad	4	4	5
Contaminación Ambiental	3	3	3
Transporte	4	4	5
Vías de Acceso	5	3	5
Seguridad	4	4	4
Tecnología	3	3	4
Áreas Verdes	4	4	4
Total	43	41	54

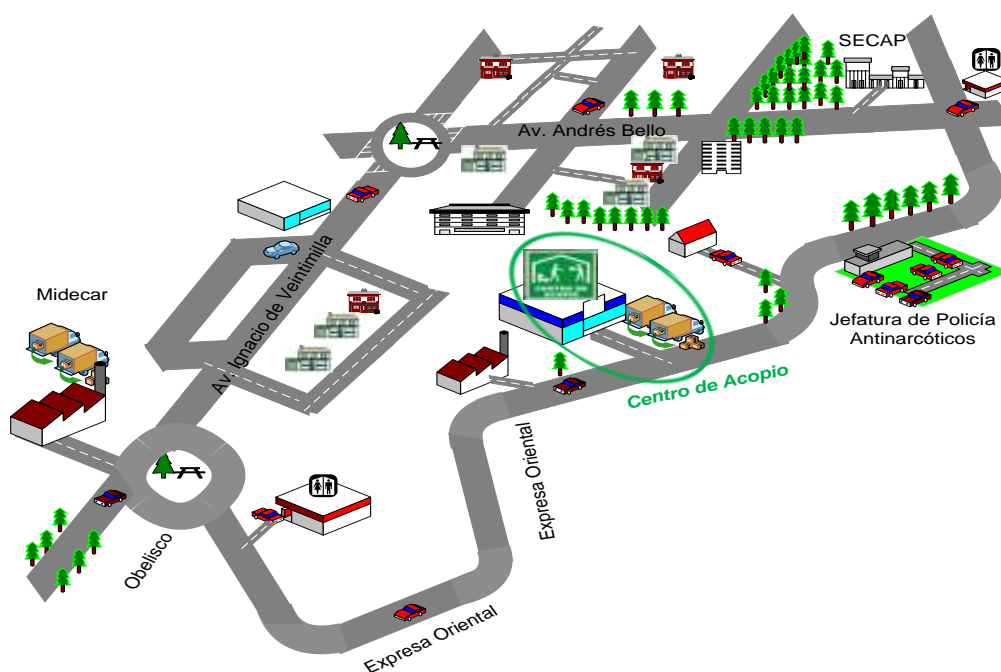
Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Realizado el análisis de todos los factores de micro localización para determinar el sector más idóneo del centro de acopio de uvilla, se establece que la ubicación más apta para el buen desarrollo de las actividades, como recepción de materia prima, cargues, descargues, despacho, etc., es el “sector sur periférico”, ya que es el sitio que obtuvo mayor puntaje en la ponderación establecida en la tabla N° 23 y consecuentemente es el de mayor opción, tomando en consideración, que se tiene disponibilidad de infraestructura, vías de acceso, áreas verdes, salubridad, TICS, que permitirán lograr un funcionamiento eficiente, de manera que se cumple con las ordenanzas municipales para la actividad comercial.

### Macro localización

En el mapa siguiente se indica la ubicación del centro el acopio y se observa que se encuentra en el sector sur de la ciudad de Tulcán.

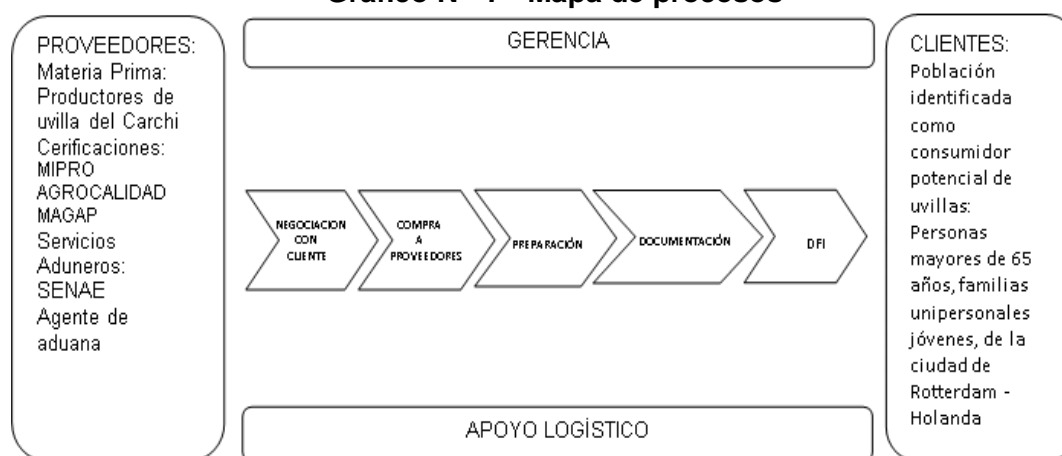
Gráfico N° 6 Macro localización



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

## Ingeniería del proyecto

Gráfico N° 7 Mapa de procesos



Fuente: Investigación de campo


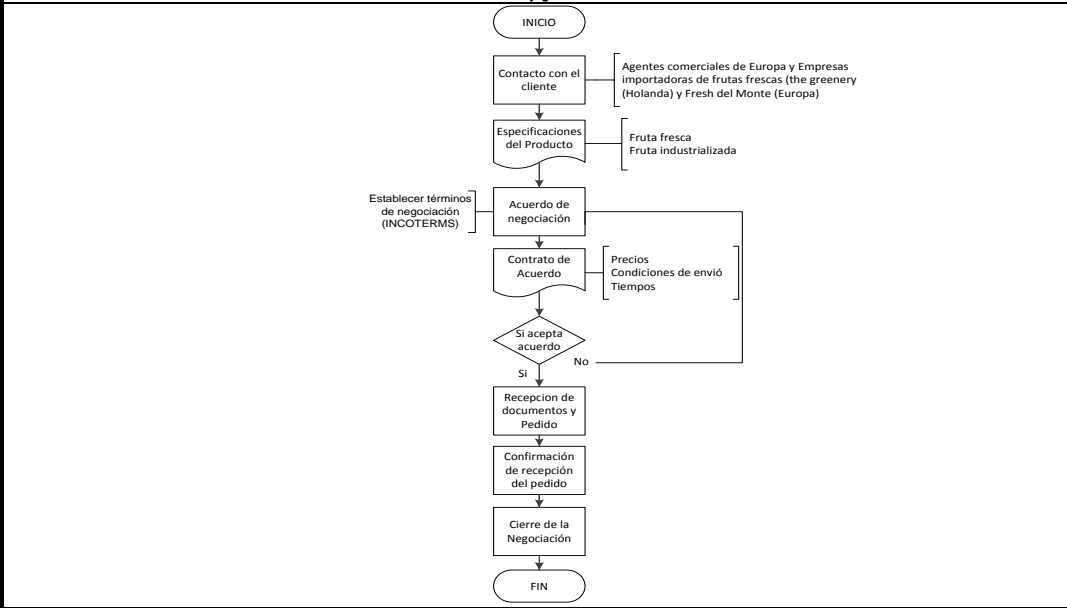
Elaborado: Jairo Guerra

El mapa de procesos es el instrumento que permite conocer qué procedimientos se debe realizar, tiene su inicio en los inputs proveedores, a los cuales se les realizará la adquisición de la uvilla con capuchón, además se consideran las instituciones que otorgan las respectivas certificaciones como AGROCALIDAD, MAGAP, INEN, MSP, MIPRO, y desde luego la institución de control aduanero SENAE, como también el encargado de realizar los trámites aduaneros un Agente de Aduana, también presenta los procesos operativos integrados por la negociación con el cliente, la compra a proveedores, la preparación del producto, documentación requerida para la exportación, y la distribución física internacional, además indica los procesos estratégicos de gerencia, que principalmente se basa en la administración de la actividad comercial, encaminadas a cumplir metas propuestas que ayuden a obtener el mayor beneficio para la organización, de la misma manera señala los procesos de apoyo logístico encaminados al seguimiento y colaboración de las actividades necesarias para la pre y pos venta y distribución de la fruta exótica, para finalmente llegar al inputs de satisfacción del cliente para lo cual se ha determinado y desagregado la población de la ciudad de Rotterdam en Holanda, considerando parámetros de preferencia de consumo de frutas frescas.

## Fichas y flujogramas de actividades

Las fichas y flujogramas son los elementos que detallarán principalmente los procesos operativos determinados con mayor importancia para la investigación, a continuación se presenta las respectivas fichas:


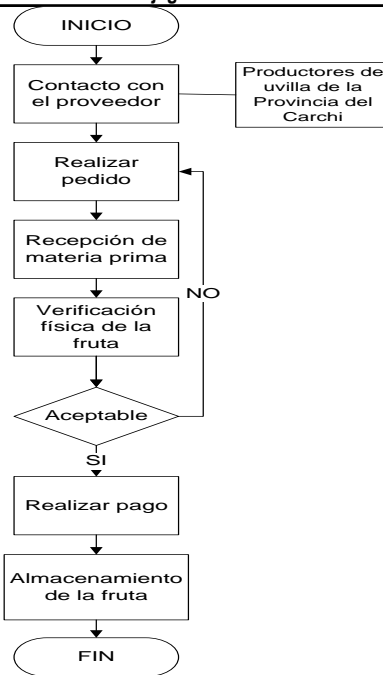
**Cuadro N° 12 Ficha de Procesos Negociación con el Cliente**

		<b>Negociación con el Cliente</b>		Código:	PO-CC-01
				Versión:	001
				Página:	1-1
Responsable:	Administrador				
Objetivo:	Determinar el proceso de negociación				
Alcance:	Inicio: Contacto con el cliente – Fin: Acuerdo o cierre de negociación				
<b>1. Detalle</b>					
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>				<b>Documento</b>
Administrador	1. Hacer contacto con el cliente internacional, (Ingreso a la página web del cliente).				Correo electrónico
Administrador	2. Enviar especificaciones del producto disponible.				Ficha técnica de uvilla
Administrador – Cliente	3. Establecer el acuerdo.				Correo electrónico
Administrador – Cliente	4. Establecer términos de negociación (INCOTERMS).				Correo electrónico
Administrador	5. Enviar el contrato del acuerdo de negociación.				Correo electrónico
Administrador	6. Recepción de documentos y pedido.				Correo electrónico
Administrador – Cliente	7. Confirmación de la recepción del pedido.				Contrato de venta
<b>2. Flujograma</b>					
					
<b>Medición y seguimiento del proceso</b>					
<b>Indicador</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Estándar/Meta</b>	<b>Periodicidad de cálculo</b>	<b>Responsable</b>	
Nombre:	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes.	Valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, anual	Del cálculo del indicador	
	Metas de clientes, tiempo, número	100%	Semestral	Administrador	
Número de clientes nuevos	Número de clientes aceptados	100%	Semestral	Administrador	
<b>Determinación de recursos relacionada con el proceso</b>					
<b>Recurso Humano</b>		<b>Infraestructura</b>		<b>Ambiente de Trabajo</b>	
Administrador - Cliente		Paquetes Informáticos Internet		Ninguna	
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>		<b>FECHA</b>	
Cargo		Cargo		05/06/2013	

Fuente: Investigación de campo


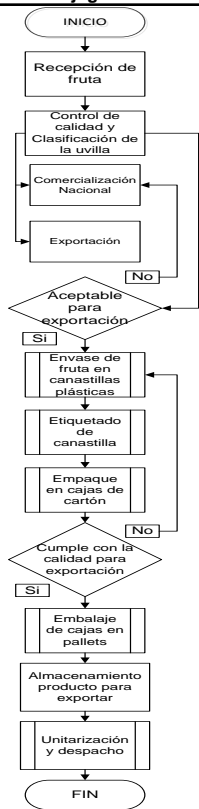
Elaborado: Jairo Guerra

**Cuadro N° 13 Ficha de Procesos Compra a Proveedores**

	<b>Compra a Proveedores</b>	<b>Código:</b>	PO-C-02	
		<b>Versión:</b>	001	
		<b>Página:</b>	1-1	
<b>Responsable:</b>	Administrador			
<b>Objetivo:</b>	Realizar el requerimiento necesario de uvilla para cubrir el pedido			
<b>Alcance:</b>	Inicio: Contacto con el proveedor - Fin: Verificación física del producto			
<b>1. Detalle</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Administrador	1. Contacto con el proveedor			
Administrador	2. Realizar el pedido según requerimiento	Nota de pedido		
Operario almacenaje – Técnico de calidad	3. Recepción de la materia prima	Comprobante de ingreso		
	4. Verificación física del producto			
Administrador	5. Realizar pago a proveedores	Comprobante		
Operario almacenaje	6. Almacenamiento de la fruta	Inventario		
<b>2. Flujograma</b>				
				
<b>Medición y seguimiento del proceso</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Estándar/Meta</b>	<b>Periodicidad de cálculo</b>	<b>Responsable</b>
Nombre:	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes.	Valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, anual	Del cálculo del indicador
	Recepción de fruta	100%	Semestral	Supervisor-Operario
Número de proveedores nuevos	Número de proveedores aceptados	100%	Semestral	Administrador -Supervisor
<b>Determinación de recursos relacionada con el proceso</b>				
<b>Recurso Humano</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Ambiente de Trabajo</b>		
Todas las personas cargos que intervinieron en el proceso	Maquinas, equipos informáticos, vehículos, entre otros	Ninguna		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Cargo		Cargo	08/06/2013	

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado: Jairo Guerra


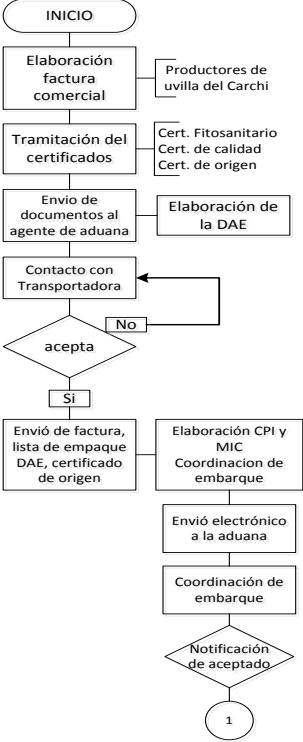
**Cuadro N° 14 Ficha de Procesos Preparación del Producto**

	Preparación del producto	Código:	PO-C-03	
		Versión:	001	
		Página:	1-1	
Responsable:	Administrador			
Objetivo:	Adecuar la fruta según parámetros de exportación			
Alcance:	Inicio: Recepción de materia prima – Fin: Despacho de fruta para exportación			
<b>1. Detalle</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Operario de almacenaje	1. Recepción de fruta (materia prima)	Inventario		
Operario de almacenaje	2. Clasificación fruta para comercialización nacional e internacional.	kardex		
Operario de envase	3. Envase de fruta en canastillas plásticas de 160 gr.	kardex		
Operario de etiquetado	4. Etiquetar cada canastilla plástica conforme a las normas internacionales.	kardex		
Operario de empaque	5. Empaque en cajas de cartón de 1,44 kg.	kardex		
Operario de embalaje	6. Realizar el debido proceso de embalaje de las cajas en los pallets (162	kardex		
Operario de unitarización y despacho	7. Unitarización en el contenedor de 40" (17 pallets x 1 contenedor).	kardex		
Administrador	8. Contratación empresa de transporte	Guía de movilización		
Operario de despacho	9. Despacho de producto para la exportación	Inventario		
<b>2. Flujograma</b>				
				
<b>Medición y seguimiento del proceso</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Estándar/Meta</b>	<b>Periodicidad de cálculo</b>	<b>Responsable</b>
Nombre:	Sumas, restas, multiplicaciones,	Valor mínimo aceptable	Diario, mensual,	Del cálculo del indicador
	Adecuación de la fruta	100%	Semestral	Area Operativa
Número de productos adecuados	Número de productos aceptados	100%	Semestral	Administrador - Supervisor
<b>Determinación de recursos relacionada con el proceso</b>				
<b>Recurso Humano</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Ambiente de Trabajo</b>		
Todas las personas cargos que intervinieron en el proceso	Maquinas, equipos informáticos, vehículos, entre otros	Bata, Gorro, Guantes, Mascarilla		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Cargo		Cargo	10/06/2013	

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado: Jairo Guerra


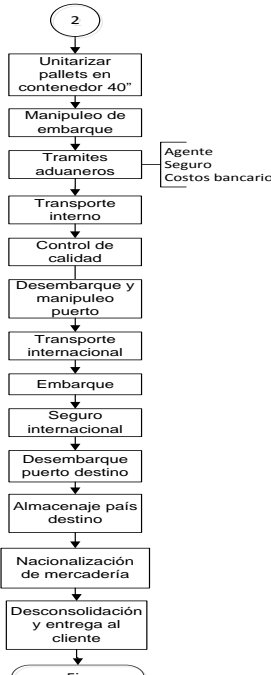


### Cuadro N° 15 Ficha de Procesos Documentación

	<b>Documentación</b>		<b>Código:</b>	PO-C-04
			<b>Versión:</b>	001
			<b>Página:</b>	1-1
<b>Responsable:</b>	Administrador – Supervisor Operativo			
<b>Objetivo:</b>	Elaborar, tramitar y coordinar documentos para embarque de mercaderías			
<b>Alcance:</b>	Inicio: Elaboración de la factura - Fin: Coordinación de embarque de la mercadería			
<b>1. Detalle</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>			<b>Documento</b>
Administrador	1. Elaboración de la factura comercial			Factura
Supervisor operativo	2. Tramitación certificado fitosanitario			Cert. Fitosanitario
Supervisor operativo	3. Tramitación certificado de calidad			Cert. Calidad
Supervisor operativo	4. Tramitación certificado de origen			Cert. Origen
Administrador	5. Elaboración lista de empaque			Lista de empaque
Administrador	6. Envío de documentos agente de aduana para elaboración de DAE			DAE electrónica
Administrador	7. Contacto con la empresa transportadora			Correo electrónico
Administrador	8. Envío de documentos a la transportadora para elaboración del CPI - MIC			CPI Y MIC
Administrador	9. Envío electrónico a la aduana			Correo electrónico
Administrador - Supervisor operativo	10. Coordinación del Embarque			Guía de movilización
<b>2. Flujograma</b>				
				
<b>Medición y seguimiento del proceso</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Estándar/Meta</b>	<b>Periodicidad de cálculo</b>	<b>Responsable</b>
Nombre:	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes.	Valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, anual	Del cálculo del indicador
Elaborar, tramitar y coordinar documentos		100%	Semestral	Área Operativa
Número de documentos tramitados	Número de documentos obtenidos	100%	Semestral	Administrador - Supervisor
<b>Determinación de recursos relacionada con el proceso</b>				
<b>Recurso Humano</b>	<b>Infraestructura</b>		<b>Ambiente de Trabajo</b>	
Administrador - Supervisor	Paquetes informáticos - Internet		Ninguna	
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Cargo		Cargo	12/06/2013	

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado: Jairo Guerra

**Cuadro N° 16 Ficha de Procesos Distribución Física Internacional**

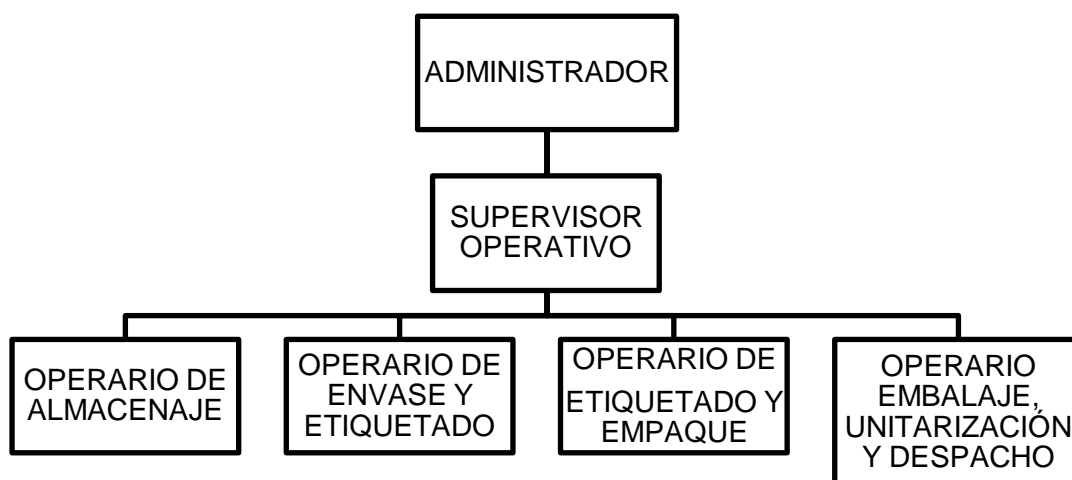
	<b>Distribución Física Internacional</b> DFI		<b>Código:</b>	PO-C-05
			<b>Versión:</b>	001
			<b>Página:</b>	1-1
<b>Responsable:</b>	Administrador			
<b>Objetivo:</b>	Planificar y sistematizar la llegada de las mercaderías al país de destino			
<b>Alcance:</b>	Inicio: Embarque país de Origen - Fin: Entrega país de destino			
<b>1. Detalle</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
<b>País de Origen ( Legalizar la exportación):</b>				
Operario de despacho	1. Unitarizar pallets en contenedor 40"	Inventario		
Operario Montacargas	2. Manipuleo de embarque	Inventario		
Compañía transporte	3. Transporte interno	Guía de movilización		
Administrador - Agente	4. Costos de agentes	Factura		
Administrador - Aseguradora	5. Costos de Seguro	Póliza de seguro		
Administrador- Entidad Bancaria	6. Costos bancarios	Carta de crédito		
<b>Tránsito Internacional:</b>				
Administrador – Línea naviera - Agente de carga	1. Flete	Conocimiento de embarque		
	2. Seguro internacional	Póliza de seguro		
	3. Desembarque	Plano de estiba		
<b>País de Destino (nacionalización de mercadería):</b>				
Administrador - Importador	1. Transporte local	Guía de movilización		
Administrador - Importador	2. Almacenamiento	Conocimiento de embarque, Facturas, Lista de empaque		
Administrador – Importador – Agente aduanero	3. Nacionalización	Documentos de importación		
Agente de carga	4. Desconsolidación	Solicitud de desconsolidación		
<b>2. Flujograma</b>				
				
<b>Medición y seguimiento del proceso</b>				
<b>Indicador</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Estándar/Meta</b>	<b>Periodicidad de cálculo</b>	<b>Responsable</b>
Nombre:	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes.	Valor mínimo aceptable	Diario, mensual, quincenal, anual	Del cálculo del indicador
	Planificar y sistematizar la DFI	100%	Semestral	Administrador
Número de procesos aduaneros realizados	Número de procesos aduaneros aceptados	100%	Semestral	Administrador - Agente de Aduana
<b>Determinación de recursos relacionada con el proceso</b>				
<b>Recurso Humano</b>	<b>Infraestructura</b>	<b>Ambiente de Trabajo</b>		
Administrador - Agente de Aduana	Paquetes Informáticos - Internet	Ninguna		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Cargo		Cargo	13/06/2013	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

## Organización

Para obtener una organización planificada y ordenada del centro de acopio, es necesario realizar la elaboración de un organigrama funcional en el que se detallará las áreas de adecuación de la uvilla para su respectiva y posterior exportación, considerando tres niveles de autoridad de alta dirección.

**Gráfico N° 8 Organigrama Funcional**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

## Cargo

- Profesional Administrador (1 persona)
- Profesional Supervisor- Control de calidad (1 persona)
- Pre- Profesional Bodeguero (1 persona)
- Pre- Profesional Operador de envase y empaque(1 persona)
- Pre- Profesional Operador embalaje y etiquetado (1persona)
- Pre- Profesional Operador etiquetado y despacho (1 persona)

Además se requerirá contratar un operador de montacargas, para desarrollar las actividades de cargue de los pallets al contenedor.

## Manual de funciones

**Cuadro N° 17 Manual de funciones del Administrador**

<b>Identificación del Puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nombre del Puesto:</b> Administrador</li><li>• <b>Unidad:</b> Administración</li><li>• <b>Reporta:</b> No Aplica</li><li>• <b>Supervisa:</b> Supervisor Operativo</li><li>• <b>Coordinación:</b> Supervisor Operativo</li></ul>
<b>Propósito del Puesto</b>
Poseer la representatividad legal del centro de acopio en planes comerciales y reglamentarios.
<b>Atribuciones y Responsabilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Llevar una planificación estratégica de las actividades del centro de acopio, para ello debe fijarse metas y objetivos; estos deben estar ligados con todas las áreas, que se encaminen a un mismo resultado.</li><li>• Realizar tanto una planificación financiera y administrativa de todo el centro de acopio, ya que debido a que no cuenta con estos departamentos el administrador se encargara de llevar este control.</li><li>• Llevar un seguimiento de las actividades de todo el personal de la empresa, designando funciones y se encargará de proteger el ambiente de trabajo, a través de políticas de relaciones humanas.</li></ul>
<b>Perfil y Requerimientos Mínimos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Educación:</b> Profesional en Comercio Exterior, Administración, Contabilidad o Afines.</li><li>• <b>Conocimientos:</b> Negociaciones, comercio exterior, excel, estadística, ingles básico, relaciones humanas.</li><li>• <b>Experiencia:</b> 2 años</li><li>• <b>Habilidades o Competencias:</b> Trabajo en equipo, valores éticos, actitud positiva, emprendedor.</li></ul>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

**Cuadro N° 18 Manual de funciones del Supervisor Operativo**

<b>Identificación del Puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nombre del Puesto:</b> Supervisor Operativo</li><li>• <b>Unidad:</b> Administración</li><li>• <b>Reporta:</b> Administrador</li><li>• <b>Supervisa:</b> No aplica</li><li>• <b>Coordinación:</b> Todas las áreas</li></ul>
<b>Propósito del Puesto</b>
Mantener la adecuada planificación, coordinación de todas las áreas de adecuación del producto, además realizar el respectivo control en lo relacionado a la calidad de la uvilla a exportar.
<b>Atribuciones y Responsabilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Controlar el buen procedimiento de manipulación sobre la materia prima.</li><li>• Establecer buenas prácticas para la conservación del producto.</li><li>• Realizar controles sobre la calidad del producto antes y después del su despacho.</li><li>• Proponer mecanismos que faciliten la fluidez del proceso de adecuación de la uvilla con las diferentes áreas del centro de acopio.</li></ul>
<b>Perfil y Requerimientos Mínimos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Educación:</b> Técnico Agropecuario</li><li>• <b>Conocimientos:</b> informática/excel, inventario, ingles básico, control al personal.</li><li>• <b>Experiencia:</b> 1 año</li><li>• <b>Habilidades o Competencias:</b> Trabajo en equipo, valores éticos, actitud positiva, emprendedor, empatía con el cliente.</li></ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

**Cuadro N° 19 Manual de funciones Operario de Almacenaje**

<b>Identificación del Puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nombre del Puesto:</b> Operario de almacenaje</li><li>• <b>Unidad:</b> Operacional</li><li>• <b>Reporta:</b> Administrador</li><li>• <b>Supervisa:</b> No aplica</li><li>• <b>Coordinación:</b> Administración, Supervisor técnico</li></ul>
<b>Propósito del Puesto</b>
Realizar la recepción y verificación de cantidades de la materia prima que lleguen al centro de acopio.
<b>Atribuciones y Responsabilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisar la cantidad de compra establecida de uvilla, realizar una evaluación junto con el técnico encargado de la calidad.</li><li>• Comunicar de los ingresos a la administración detallando cantidad y calidad de la materia prima recibida.</li><li>• Elaborar un inventario del producto adquirido.</li><li>• Realizar la clasificación de la fruta, determinado el producto para la comercialización nacional y con fines de exportación.</li><li>• Coordinar las actividades con el operario de envase y empaque.</li><li>• Los demás que determine el jefe inmediato superior.</li></ul>
<b>Perfil y Requerimientos Mínimos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Educación:</b> Técnico en comercio exterior</li><li>• <b>Conocimientos:</b> Informática/Excel básico, inventario, ingles básico</li><li>• <b>Experiencia:</b> 1 año</li><li>• <b>Habilidades o Competencias:</b> Trabajo en equipo, valores éticos, actitud positiva, emprendedor.</li></ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

**Cuadro N° 20 Manual de funciones del Operario de envase y etiquetado**

<b>Identificación del Puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nombre del Puesto:</b> Operario de envase y etiquetado</li><li>• <b>Unidad:</b> Operacional</li><li>• <b>Reporta:</b> Administrador</li><li>• <b>Supervisa:</b> No aplica</li><li>• <b>Coordinación:</b> Supervisor técnico, operario de almacenaje</li></ul>
<b>Propósito del Puesto</b>
Realizar todas las operaciones de envase y etiquetado cumpliendo todos los procedimientos y normas para obtener un producto de calidad.
<b>Atribuciones y Responsabilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisar la cantidad recibida y establecida de uvilla por parte del operario de almacenaje.</li><li>• Realizar la clasificación de la fruta, determinado el producto para la comercialización nacional y con fines de exportación.</li><li>• Detallar la cantidad y calidad de la materia prima clasificada según el tipo de comercialización a realizar.</li><li>• Realizar los procesos de envase y etiquetado del producto, cumpliendo normas internacionales.</li><li>• Coordinar las actividades con el operario de almacenaje, etiquetado y de empaque.</li><li>• Los demás que determine el jefe inmediato superior.</li></ul>
<b>Perfil y Requerimientos Mínimos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Educación:</b> Técnico en comercio exterior</li><li>• <b>Conocimientos:</b> informática/excel básico, inventario, ingles básico</li><li>• <b>Experiencia:</b> 1 año</li><li>• <b>Habilidades o Competencias:</b> Trabajo en equipo, valores éticos, actitud positiva, emprendedor.</li></ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

**Cuadro N° 21 Manual de funciones del Operario de etiquetado y empaque**

<b>Identificación del Puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nombre del Puesto:</b> Operario de etiquetado y empaque</li> <li>• <b>Unidad:</b> Operacional</li> <li>• <b>Reporta:</b> Administrador</li> <li>• <b>Supervisa:</b> No aplica</li> <li>• <b>Coordinación:</b> Supervisor técnico, operario de almacenaje, operario de envase y empaque.</li> </ul>
<b>Propósito del Puesto</b>
<p>Realizar las operaciones que le permitan al producto la conservación y la adecuación necesaria para ser transportada hacia el país de destino.</p>
<b>Atribuciones y Responsabilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir con el respectivo etiquetado del producto, cumpliendo con las normas internacionales establecidas por el país de destino.</li> <li>• Verificar la cantidad en peso y en la medida comercial para el despacho del producto.</li> <li>• Realizar el respectivo empaque del producto para asegurar su conservación durante la movilización del producto.</li> <li>• Coordinar las actividades con el operario de almacenaje, de envase y etiquetado.</li> <li>• Los demás que determine el jefe inmediato superior.</li> </ul>
<b>Perfil y Requerimientos Mínimos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación:</b> Bachiller</li> <li>• <b>Conocimientos:</b> informática/excel básico, inventario, logística, inglés básico.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> 1 año</li> <li>• <b>Habilidades o Competencias:</b> Trabajo en equipo, valores éticos, actitud positiva, emprendedor.</li> </ul>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra



**Cuadro N° 22 Manual de funciones del Operario de embalaje y despacho**

<b>Identificación del Puesto</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nombre del Puesto:</b> Operario de embalaje, unitarización y despacho</li><li>• <b>Unidad:</b> Operacional</li><li>• <b>Reporta:</b> Administrador</li><li>• <b>Supervisa:</b> No aplica</li><li>• <b>Coordinación:</b> Todas las áreas operativas</li></ul>
<b>Propósito del Puesto</b>
Realizar la respectiva planificación, coordinación con todas las áreas operativas de adecuación del producto, para efectuar el respectivo control y despacho de la cantidad de la uvilla a exportar.
<b>Atribuciones y Responsabilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificar la cantidad recibida y establecida de canastillas y cajas de uvilla por parte del operario de etiquetado y empaque.</li><li>• Realizar la respectiva unitarización del producto con la colaboración del operario maquinista del montacargas, determinado la cantidad y espacio a utilizar en el contenedor, que permitan brindar la respectiva seguridad de conservación del producto a movilizar.</li><li>• Controlar la respectiva unitarización del producto, determinado la cantidad y espacio a utilizar en el contenedor, que permitan brindar la respectiva seguridad de conservación del producto a movilizar.</li><li>• Comunicar de la salida de la fruta a exportar a la administración detallando cantidad del producto despachado.</li><li>• Elaborar un inventario del producto despachado.</li><li>• Coordinar las actividades con las áreas operativas y con la unidad administrativa.</li><li>• Los demás que determine el jefe inmediato superior.</li></ul>
<b>Perfil y Requerimientos Mínimos</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Educación:</b> Tecnólogo en comercio exterior</li><li>• <b>Conocimientos:</b> informática/excel básico, inventario, logística, ingles básico</li><li>• <b>Experiencia:</b> 1 año</li><li>• <b>Habilidades o Competencias:</b> Trabajo en equipo, valores éticos, actitud positiva, emprendedor.</li></ul>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado: Jairo Guerra

## 5.4.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (DFI)

La matriz general de la DFI está conformada por tres segmentos geográficos, en la cual se incluye la determinación de las intervenciones por parte de los involucrados en el proceso de comercialización.

### 5.4.2.1 Información Básica del Producto y Embarque

La demanda de frutos exóticos en Europa es un nicho en desarrollo, debido a que se prefiere a los vegetales y frutas frescas de todo el mundo, especialmente a los que contribuyan con la salud.

Es así que el principal destino de exportación de la uvilla ecuatoriana es Holanda, de lo cual parte el proyecto correspondiente a la comercialización de la fruta exótica.

**Tabla N° 24 Información básica del producto:**

Nombre técnico o comercial del producto	Uvilla (Physalis Peruviana)
Posición arancelaria en el país exportador	0810.90.50.00
Posición arancelaria en el país importador	0810.90.00
Unidad comercial de venta	Kilogramo
Moneda de transacción.	Uds.
Valor ex-work de la unidad comercial.	2,98

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

La información acerca del producto permite realizar la respectiva planificación sobre el embarque de la fruta, tomando en consideración datos importantes para el desarrollo de la comercialización en el exterior. Esta información contribuye a obtener fundamentos legales y normativos de acuerdo a una adecuada clasificación arancelaria.

#### 5.4.2.2 Información Básica del Embarque

**Tabla N° 25 Información Básica del Embarque**

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Tulcán
País de destino	Países Bajos (Holanda)
Ciudad de punto de destino	Rotterdam
Nº de unidades comerciales por embarque	25002
Valor inicial del embarque (EXW)	74556
Tipo de embalaje	Pallet
Tipo de unidad de carga	Contenedor
Nº total de embalajes	2778
Nº total de unidades de carga	18

Elaborado por: Jairo Guerra

De igual forma se señala datos referentes al embarque del producto, para posteriormente realizar el adecuado y sistematizado proceso de distribución física internacional.

#### 5.4.2.3 Matriz de país exportador

##### **Envase**

La uvilla es una fruta exótica que debe ser transportada según legislaciones, normativas del país de destino, para el proyecto se utilizará canastillas plásticas y cajas de cartón corrugado como envase y empaque respectivamente.

**Cuadro N° 23 Envase**


<b>Canastillas plásticas PET (Polietileno Tereftalato)</b>	
	Aspectos legales Compatibilidad con el producto a contener Resistencia mecánica Propiedades de estabilidad Aspectos mercadológicos Aspectos económicos Disponibilidad del envase No toxico Reciclable
	Parámetros selección de envase
Peso	160 gr. Según porción de consumo habitual
Dimensiones	Largo 10.7 cm
	Ancho 10.7 cm
	Alto 6 cm
Precio	0.20 ctvs. c/u

Fuente: freshplaza

Elaborado por: Jairo Guerra

## Empaque

**Cuadro N° 24 Empaque**

<b>Cajas de cartón corrugado</b>	
	<b>Características</b>
	Diseño óptimo de resistencia al apilamiento Resistencia a bajas temperaturas Ventilación y circulación de aire hacia la fruta Resistencia a la compresión Capacidad adecuada para contener la fruta
<b>Peso</b>	1.44 kg. por caja con 9 canastillas plásticas
<b>Dimensiones</b>	Largo 0.40 cm
	Ancho 0.33cm
	Alto 0.10 cm
<b>Precio</b>	0.30 ctvs. c/u

Fuente: freshplaza

Elaborado por: Jairo Guerra

## Etiquetado

El principal objetivo del etiquetado en los productos alimenticios se basa en garantizar a los consumidores una información completa sobre el contenido y la composición de los productos ofertados con el propósito de alcanzar altos niveles de protección a la vida humana, la salubridad y la protección de los intereses del consumidor, según lo establece la Legislación Alimentaria para la Unión Europea.

La ley alimentaria de la Unión Europea aplica los principios de análisis de riesgo y de trazabilidad a través de toda la cadena productiva.

La trazabilidad se define como la habilidad para rastrear y seguir un producto alimenticio, a través de todas las etapas de la producción, procesamiento y distribución.

Como segundo parámetro está el análisis de riesgos, que es un principio fundamental de la ley de alimentos de la UE y se basa en tres componentes básicos: evaluación del riesgo, manejo de riesgos y comunicación sobre el riesgo.

La etiqueta debe contener información impresa que permita conocer la mayor información sobre el producto:


- Nombre bajo el cual se vende el producto alimenticio.
- Cantidad neta de pre-envase de los productos alimenticios, expresada en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro, kilogramo o gramo).
- Fecha máxima de duración bajo un formato específico.
- Condiciones de almacenaje o de uso.
- Nombre y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido dentro de la UE.
- Datos particulares referentes al lugar de origen o procedencia, ya que la ausencia de tal información podría engañar al consumidor.
- Instrucciones de uso.
- Un código para identificar el lote al que pertenece el producto alimenticio.
- Número de Registro Sanitario
- Marca comercial

Además se debe cumplir con los estándares en ámbito ambiental, social, sanitario y fitosanitario para exportar frutas frescas a los minoristas de los países de la comunidad económica europea, la certificación es la GLOBALGAP.

## **Embalaje**

Permite la agrupación de los empaques con el objetivo de facilitar la manipulación aseguramiento y transporte del producto, se elige el pallet para el respectivo embalaje, considerando las siguientes características:

<b>Cuadro N° 25 Embalaje</b>	
<b>Pallet de madera 1.2 x 1.0 m.</b>	
Características	Pallet de uso general adecuado para producción y sistemas de almacenamiento automático. Tratamiento técnico para la exportación medidas fitosanitarias NIMF-15. Adaptación a la logística de envío.

	<p>Minimización en los tiempos de las operaciones de carga y descarga.          Optimización del espacio de almacenamiento, mayores alturas de apilado.          Reducción del riesgo de roturas y pérdidas durante manipulación.          Mayor peso y volumen de carga.</p>
Peso	1500 kg de carga estática
Dimensiones	Largo 1.2 m.
	Ancho 1.0 m.
Precio	17 Uds. c/u

Fuente: El Roble

Elaborado por: Jairo Guerra

## Unitarización

Este proceso consiste en el agrupamiento de la mercadería en una unidad de carga con el fin facilitar su movilización, manipulación y conservación durante el transporte internacional. Para el proyecto de comercialización de uvilla se utilizará como unidad de carga un contenedor de 40 pies refrigerado, con lo cual se busca preservar las características de la fruta exótica.

### Cuadro N° 26 Unitarización

#### Contenedor de 40" Refrigerado

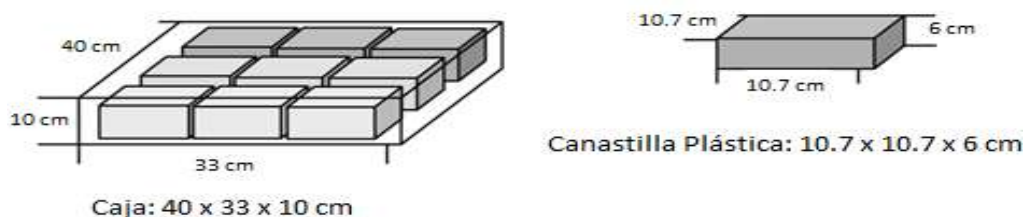
Descripción		
	Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.	
	<b>Capacidad</b>	
	Volumen útil	48.5 m3
	Peso máximo carga	27700kg
	Tara	4800kg
	Peso Bruto máximo	32500kg
	<b>Dimensiones internas</b>	
	Largo	11561mm
	Ancho	2280mm
	Alto	2249mm
	<b>Apertura de puerta</b>	
	Anchura	2280mm
	Altura	2205mm
	Rango temperatura	-25/+25 °C
	Requisitos eléctricos	380/440V. 50/60Hz.trifásico

Fuente: Great White Fleet Comercial Services

Elaborado por: Jairo Guerra

Una vez identificados los envases, empaques, embalajes y proceso de unitarización para la exportación de la uvilla hacia Holanda, se realiza la respectiva distribución tanto de canastillas, cajas y palets en la unidad de carga antes mencionada, para lo cual se realiza el respectivo cubicaje de la carga.

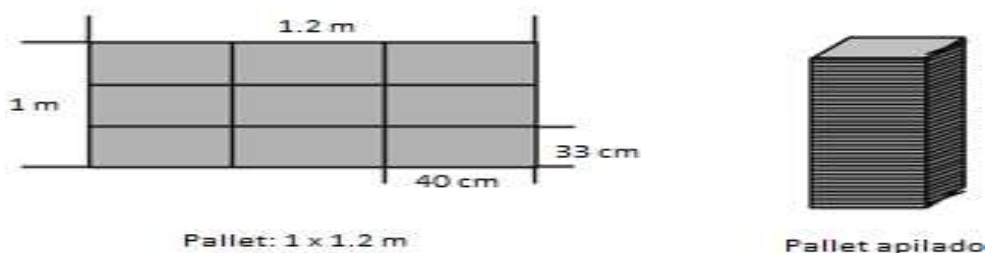
**Gráfico N° 9 Distribución de canastillas en cajas**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Cada caja de cartón contiene 9 canastillas plásticas de fruta.

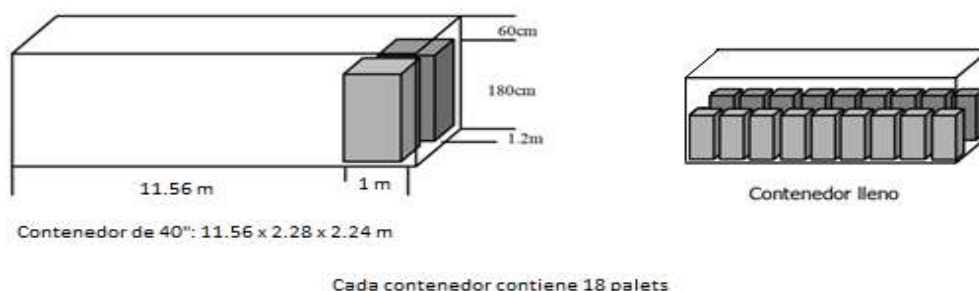
**Gráfico N° 10 Distribución de cajas en palets**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Cada pallet permite apilar 18 pisos de cajas, cada piso contiene 9 cajas, para un total de 162 cajas por pallet.

**Gráfico N° 11 Distribución de palets en contenedor**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

## Costos Directos País de Exportación

Una buena selección del transporte tanto en infraestructura y servicios permite reducir tiempos y costos en el aspecto logístico y de transporte en el intercambio comercial, es así que se determina los costos incurridos en los procesos de exportación de la uvilla:

**Tabla N° 26 Manipuleo en el local de exportador**

<i>Descripción</i>	<i>Costo por vehículo</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo total días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cargue de los palets contenedor 40"	60	1	2	0,25	60
TOTALES				0,01	60

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

En lo relacionado al manipuleo de la carga en el centro de acopio, se recurrirá al alquiler de una máquina montacargas, encargada de movilizar las estibas al interior del contenedor, el tiempo estimado para este proceso es de 2 horas y su costo total es de 60 dólares.

**Tabla N° 27 Documentación**

<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario USD</i>	<i>Cantidad</i>	<i>RR.HH.</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Factura Comercial	0,3	1	1	0,5	0,0625	0,3
Lista de empaque	0,1	1		0,5	0,0625	0,1
Certificado de Origen	12,5	1		3	0,375	12,5
Certificado Fitosanitario	50	1		2	0,25	50
INEN	82	1		5	0,625	82
MSP	20	1		5	0,625	20
Registro de importador/ Exportador	80	1		6	0,75	80
Otros	20	1		1	0,125	20
TOTALES				23	2,875	264,9

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra



La documentación es una base importante dentro un proceso de exportación ya que permite que un producto pueda ser comercializado de forma legal y cumpliendo normativas obligatorias, para su libre venta, es así que la uvilla como una fruta fresca debe cumplir los documentos citados en la tabla anterior, se indica además los correspondientes valores monetarios y los tiempos utilizados para la obtención de los mismos.

**Tabla N° 28 Transporte Interno**

<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario por vehículo</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Flete interno contenedor refrigerado de 40"	1500	1	1	1500
<b>TOTALES</b>			1	1500

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

La movilización interna del producto desde el centro de acopio hasta el puerto marítimo de Guayaquil se lo realizará en un tiempo estimado de un día, el costo del flete es de 1500 dólares, en un contenedor de 40 pies, este valor se lo justifica debido a que se utiliza una unidad de carga refrigerada para conservar el producto en buen estado.

**Tabla N° 29 Manipuleo de Embarque**

<i>Descripción</i>	<i>Costo por embarque</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Cargue de los pallets al transporte internacional	7,8	18	3	0,13	140
Otros	30	1		0	30
<b>TOTALES</b>				0,13	170

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Con la llegada de la mercadería al puerto marítimo de Guayaquil, se realiza el proceso de manipulación de la carga hacia el medio de embarque internacional, ya contratado previamente, se determina un costo de 140

dólares por la movilización de los 18 palets con uvilla, además se prevé un costo adicional dependiendo de la actividades a realizar, obteniendo un total de 170 dólares y tres horas de tiempo en todo el proceso.

**Tabla N° 30 Agentes**

<i>Descripción</i>	<i>Honorarios Profesionales</i>	<i>RR.H.H de la empresa</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Agente de carga	150	1	2	0,25	150
Agente de aduana	150		4	0,5	150
Otros	30		1	0,125	30
<b>TOTALES</b>			<b>7</b>	<b>0,875</b>	<b>330</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Se debe determinar de igual forma la prestación de los servicios de los agentes de carga y de aduana respectivamente, cada agente cumple con la prestación de un servicio diferente de consolidación, almacenaje y distribución de productos, y por otra parte la tramitación de diferentes aspectos aduaneros ante las entidades de control del comercio exterior. La totalidad de los costos por estos servicios se estima en un valor de 330 dólares y el tiempo utilizado de 7 horas.

### **Costos Indirectos País de Exportación**

**Tabla N° 31 Costos Bancarios**

<i>Descripción</i>	<i>Valor FCA</i>	<i>Tasa del banco</i>	<i>tiempo de contratación en horas</i>	<i>tiempo de contratación en Días</i>	<i>Costo Final USD</i>
Costo carta de crédito	75624,92	2,00%	2,00	0,25	1512,50
<b>Capital E Inventario - País De Origen</b>					
<i>Descripción</i>	<i>Base de cálculo = FCA + gastos</i>	<i>Tasa pasiva de interés anual</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>año comercial</i>	<i>Costo Final USD</i>
Costo de oportunidad	79402,32	6,50%	3,39	360	48,54

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Entre los costos indirectos de exportación está la carta de crédito que recibe el exportador de un confirmador (Banco) para garantizar el pago del importador, para el proyecto el valor de este documento es de 1512,5 dólares, en un tiempo de contratación de dos horas, también se indica el costo de oportunidad, que es una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, que permite determinar la relación entre costo y tiempo de la distribución física internacional del país exportador en un periodo de 3.4 días, necesarios para la realización de los respectivos procesos.

En esta etapa de la distribución física internacional se presentan tres términos de negociación, valor Ex work, valor FCA/FAS y valor FOB, en que las dos partes pueden realizar la respectiva transacción comercial.

**Cuadro N° 27 INCOTERMS País Exportador**

<b>EXW</b>
Valor del embarque
<b>FCA/FAS</b>
Manipulación local del exportador
Unitarización
<b>FOB</b>
Transporte interno
Manipuleo Embarque
Agentes
Documentación
Capital e inventario país de origen
Bancarios

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### 5.4.2.4 Matriz del tránsito (transporte) internacional

De igual manera la eficiencia de los resultados obtenidos depende de la elección de una empresa de transporte internacional que cumpla con los requerimientos de infraestructura y servicios, que permitan cumplir con los tiempos de entrega establecidos.

Antes de incurrir en el flete internacional se considera el valor FOB (franco a bordo), que según datos de PROECUADOR, 2013, es el término

recomendable para realizar la transacción, se fundamenta en que el vendedor se encuentra liberado de mayores obligaciones, a parte de la de entregar los bienes en un lugar designado para la transferencia.

**Tabla N° 32 Flete Internacional**

<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario por embarque</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días de operación</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Flete internacional contenedor 40"	5000	1	26	5000
TOTALES			26	5000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

Es una de las fases más importantes debido que inicia la movilización de la mercadería hacia el país de destino, se utiliza de igual manera un contenedor refrigerado de 40", para la conservación y la calidad de la fruta en el momento de la entrega a su respectivo comprador, el costo del flete internacional es de 5000 dólares, se justifica este valor debido a los requerimientos del transporte que necesita un producto perecible, así como también se considera los 26 días como tiempo del tránsito internacional, fundamentando de esta manera el valor del flete.

**Tabla N° 33 Seguro Internacional**

<i>Descripción</i>	<i>Valor asegurado</i>	<i>Prima</i>	<i>Tiempo de contratación en horas</i>	<i>Tiempo en días</i>	<i>Costo de operación</i>
Cobertura de todo riesgo	84450,85	2%	2	0,25	1689,02

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

Es una parte importante dentro de la DFI, ya que es una garantía de cobertura sobre el producto en movilización, este seguro puede ser contratado por el vendedor o comprador según en término de transacción acordado, y constituye el valor CIF en el tránsito internacional.

**Tabla N° 34 Capital e Inventario - Transito Internacional**

<i>Descripción</i>	<i>Valor CIF</i>	<i>Tasa pasiva de interés anual</i>	<i>Tiempo en días</i>	<i>Año comercial</i>	<i>Costo Final USD</i>
Costo de oportunidad	86139,87	6,50%	26,50	360	412,16

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

En el tránsito internacional de igual manera se indica el costo de oportunidad, de elegir la mejor inversión alternativa disponible, que permite señalar el costo de la DFI en el transporte internacional, consecuentemente determina un periodo de tiempo de 26.5 días, necesarios para la realización de los respectivos procesos, tomando como referencia la distancia entre el puerto de embarque en país de origen y el puerto de desembarque en el país de destino.

En la etapa del transporte internacional se presentan los términos de negociación, valor CFR, valor CIF y valor DAT, en que las dos partes pueden realizar la respectiva transacción comercial.

**Cuadro N° 28 INCOTERMS Tránsito internacional**

<b>CFR</b>
Costo y Flete Internacional
<b>CIF</b>
Seguro Internacional
<b>DAT</b>
Capital e inventario tránsito internacional
Manipuleo desembarque

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

#### 5.4.2.5 Matriz del País Importador

Con la llegada de la carga hasta el país de destino se inicia un nuevo proceso de manipulación en desembarque, almacenaje y actividades complementarias, para la posterior nacionalización de la fruta exótica.

Los costos determinados para la respectiva nacionalización de la uvilla en Holanda, se detallan a continuación, cabe señalar que dichos valores están calculados por un envío de fruta.

**Tabla N° 35 Costos en el País Importador**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
<b>Almacenamiento temporal</b>	1	300	300
<b>Manipuleo desembarque</b>	1	200	200
<b>Documentación</b>	3		290
• Documento de Recepción de Carga		120	
• Certificado Sanitario en Destino		150	
• Otros		20	
<b>Agentes</b>	3		500
• Agente Aduana		300	
• Agente de Carga		180	
• Otros		20	
<b>Transporte interno</b>	1	200	200
<b>Impuesto sobre valor CIF</b>	1	86139,87	18089,37
IVA 21 %		0,21	
ICE 0%		0	
Ad-valorem 0%		0	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

Se identifica que Holanda con respecto a las importaciones mantiene un Impuesto al valor agregado del 21%, este sería un factor negativo para el proyecto, pero sin embargo presenta rentabilidad en el ámbito financiero.

En el país importador se presentan los términos de negociación, valor DAP y valor DDP, que con características más favorables para el importador, depende del acuerdo para que las dos partes puedan realizar la respectiva transacción comercial.

**Cuadro N° 29 INCOTERMS País Importador**

<b>DAP</b>
Almacenamiento temporal
Documentación
Agentes
Transporte interno
<b>DDP</b>
Aduaneros
Capital e inventario país de destino

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

Es oportuno señalar que el proceso de exportación según el término de negociación DDP tendría un periodo de tiempo de 32.3 días, lo que provocaría incurrir en más costos para el vendedor, es por eso que se debe realizar el respectivo análisis de comparación de valores comerciales, para llegar a un acuerdo de negociación que establezca beneficios y ventajas al exportador e importador.

Realizado el debido proceso de la distribución física internacional se puede determinar los precios tanto en el país de origen como en el país de destino. De esta forma se determina los siguientes valores:

**Tabla N° 36 Precio en País Destino**

Precio de caja de uvilla de 1,44 kg en país de destino	4,26 (c/u)
Margen de ventas	0,6
Precio de venta	4,90 (c/u)

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Considerando que el precio internacional del kilo de uvilla en la unión europea según datos de Fresh Plaza revista especializada en noticias del sector de frutas y verduras en Holanda, en valor fluctúa entre 7 y 8 dólares según la temporada y la oferta internacional, se realiza el análisis y se determina que el precio de la uvilla de la Provincia del Carchi es competitivo, y a su vez indica que se tendría un margen de utilidad del 15% reflejado en 0.60 ctvs. por la venta de una caja de 1.4kg de fruta.

### 5.4.3 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 5.4.3.1 Inversión Inicial

Se conforma de todos los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución necesarios para realizar el respectivo proceso de exportación de uvilla hacia la ciudad de Rotterdam – Holanda.

**Tabla N° 37 Inversión Fija**

<b>Activos Fijos</b>	<b>2012</b>
<b>Concepto</b>	<b>Total</b>
Maquinaria y Equipo	1.140
Muebles y Enseres	1.505
Equipo de Computo	820
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>3.465</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

**Tabla N° 38 Capital de Operación**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Costos de Producción	121.866
Gastos Administrativos	27.246
Gastos de Exportación	63.931
<b>Total Costo Anual</b>	<b>213.043</b>
<b>Total Costo Diario</b>	<b>592</b>
Ciclo de caja	120
<b>Capital de Operación</b>	<b>71.014</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

**Tabla N° 39 Inversión Inicial**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	3.465
Capital de Operación	71.014
Gastos de Constitución	4.580
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>79.059</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

La inversión total necesaria para la ejecución del presente proyecto es de 79.059,00 dólares de los cuales el 40% corresponde a capital propio, fondos destinados para la inversión en maquinarias, y otros activos fijos necesarios para la adecuación de la fruta con destino de exportación y el 60% será financiado a través de un crédito comercial otorgado por el Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés anual del 11,2%, a 36 meses de plazo, el destino del capital a préstamo será utilizado en lo correspondiente a materia prima, todos los elementos que conforman los costos indirectos de fabricación necesarios para la preparación del producto, así como también gastos administrativos y gastos de exportación.



**Tabla N° 40 Estructura con Financiamiento**

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	40%	31.624
Capital Ajeno	60%	47.435
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>79.059</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### 5.4.3.2 Proyección de costos y gastos

Son los costos de adecuación de la uvilla (Materia Prima, Mano de Obra, Costos Indirectos de Fabricación), para 50 toneladas de fruta exótica, con 5.556 cajas de cartón corrugado de 1,4kg.

**Tabla N° 41 Proyección Costos de Adecuación**

Concepto	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Materia Prima</b>	<b>83.007</b>	<b>95.365</b>	<b>104.009</b>	<b>114.432</b>	<b>126.571</b>	<b>138.679</b>
Uvilla	83.007	95365	104009	114432	126571	138679
<b>Mano de Obra</b>	<b>22.109</b>	<b>25.927</b>	<b>28.612</b>	<b>31.576</b>	<b>34.846</b>	<b>38.455</b>
Obreros	22.109	25.927	28.612	31.576	34.846	38.455
<b>CIF:</b>	<b>16.750</b>	<b>18.845</b>	<b>20.945</b>	<b>23.467</b>	<b>26.447</b>	<b>29.640</b>
Canastilla plástica	10.001	11503	13101	15052	17386	19893
Cajas de cartón	1.667	1.920	2.187	2.512	2.901	3.319
Agua	300	313	327	342	357	373
Energía	600	627	654	683	714	745
Suministros	720	752	785	820	857	895
Etiquetas	2.500	2611	2727	2848	2974	3106
Zuncho de 10 kg	240	251	262	273	286	298
Esquineros	144	150	157	164	171	179
Pallets	578	604	630	658	688	718
Depreciaciones		114	114	114	114	114
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>121.866</b>	<b>140.137</b>	<b>153.566</b>	<b>169.475</b>	<b>187.864</b>	<b>206.774</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Es necesario realizar la proyección de gastos administrativos, los cuales incurren directamente en el proceso de comercialización de la uvilla y aportan para la determinación del valor real del producto, es por eso que se presenta la siguiente tabla:

**Tabla N° 42 Gastos administrativos proyectados**

<b>Gastos Administrativos</b> <b>Concepto</b>	<b>Total</b>	<b>Proyección Gastos Administrativos</b>				
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Sueldos	14.046	16.486	18.193	20.077	22.157	24.452
Servicios Básicos	300	313	327	342	357	373
Suministros de Oficina	120	125	131	137	143	149
Suministros de Limpieza	180	188	196	205	214	224
Arriendo	12.600	13159	13743	14353	14990	15655
Depreciaciones	0	424	424	424	436	436
Amortizaciones	0	916	916	916	916	916
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>27.246</b>	<b>31.611</b>	<b>33.930</b>	<b>36.453</b>	<b>39.212</b>	<b>42.204</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

Es importante considerar los gastos de exportación los cuales son un determinante y sirven como base para el término de negociación a utilizar en la comercialización, para el presente proyecto se utilizará el valor FOB, para dos envíos por año:

**Tabla N° 43 Gastos de exportación proyectados**

<b>Gastos de Exportación</b> <b>Concepto</b>	<b>Total</b>	<b>Proyección Gastos de Exportación</b>				
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Unitarización	2.018	2.232	2.589	2.975	3.530	3.982
Manipuleo en el local del exportador	120	3.140	3.644	4.187	4.969	5.604
Documentación	530	553	604	687	818	1.016
Transporte interno	3.000	3.317	3.850	4.422	5.248	5.920
Manipuleo de embarque	340	355	405	458	534	596
Agentes	660	689	752	856	1.019	1.266
Costos bancarios	3.025	3.542	3.875	4.262	4.712	5.171
Capital e inventario - país de origen	122	143	156	172	191	210
Flete internacional	10.000	11.058	12.832	14.741	17.495	19.733
Seguro internacional	3.378	3.935	4.323	4.773	5.311	5.849
Capital e inventario - tránsito internacional	824	960	1.055	1.165	1.296	1.427
Almacenamiento	600	614	628	642	657	672
Manipuleo de desembarque	460	442	513	590	700	789
Documentación	580	593	607	621	635	650
Agentes	1.000	1.044	1.139	1.298	1.544	1.918
Transporte interno	400	442	513	590	700	789
Aduaneros	36.179	42.144	46.304	51.120	56.881	62.639
Capital e inventario en el país de destino	720	90	99	109	122	134
<b>Total Gastos de Exportación</b>	<b>63.931</b>	<b>75.266</b>	<b>83.856</b>	<b>93.633</b>	<b>106.322</b>	<b>118.323</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

#### 5.4.3.3 Estados financieros

Uno de los primeros informes financieros a considerar es el balance general, que es un resumen con toda la información de los activos disponibles

necesarios para conocer la situación real, antes de iniciar la actividad comercial, se presenta su respectiva proyección con financiamiento:

**Tabla N° 44 Balance General - Con Financiamiento**

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	71.014	Deudas <1 Año	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>71.014</b>	<b>Total Pasivos Corto Plazo</b>	<b>0</b>
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	47.435
Maquinaria y Equipo	1.140	<b>Total Pasivos Largo Plazo</b>	<b>47.435</b>
Muebles y Enseres	1.505		
Equipo de Computo	820	<b>Total Pasivos</b>	<b>47.435</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>3.465</b>		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	4.580	Capital Social	31.624
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>4.580</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>31.624</b>
<b>Total Activos</b>	<b>79.059</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>79.059</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

De igual manera se presenta el estado de resultados de la operación normal, con financiamiento, es decir los costos y gastos necesarios para la adecuación del producto y posterior venta, lo cual genera resultados favorables en cada año, se analiza y se puede visualizar que a pesar de requerir un capital alto para la ejecución refleja resultados rentables demostrados con la utilidad neta en crecimiento.

**Tabla N° 45 Estado de Resultados - Con Financiamiento**

Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
<b>Ventas</b>	<b>289.361</b>	<b>315.440</b>	<b>345.744</b>	<b>383.408</b>	<b>422.396</b>
Cantidad	55.008	59.994	66.006	73.008	79.992
Precio	5,26	5,26	5,24	5,25	5,28
<b>- Costo de Ventas</b>	<b>140.137</b>	<b>153.566</b>	<b>169.475</b>	<b>187.864</b>	<b>206.774</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>149.224</b>	<b>161.874</b>	<b>176.270</b>	<b>195.544</b>	<b>215.622</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>106.877</b>	<b>117.786</b>	<b>130.086</b>	<b>145.534</b>	<b>160.527</b>
Gastos Administrativos	31.611	33.930	36.453	39.212	42.204
Gastos de Exportación	75.266	83.856	93.633	106.322	118.323
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>42.347</b>	<b>44.088</b>	<b>46.183</b>	<b>50.010</b>	<b>55.095</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>4.604</b>	<b>2.943</b>	<b>1.086</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Interés Bancario	4.604	2.943	1.086		
<b>U.A.T.I</b>	<b>37.743</b>	<b>41.144</b>	<b>45.097</b>	<b>50.010</b>	<b>55.095</b>
- 15% Participación Trabajadores	5.661	6.172	6.765	7.501	8.264
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>32.081</b>	<b>34.973</b>	<b>38.333</b>	<b>42.508</b>	<b>46.831</b>
- 23% Impuesto a la Renta	7.379	8.044	8.816	9.777	10.771
<b>Utilidad Neta</b>	<b>24.703</b>	<b>26.929</b>	<b>29.516</b>	<b>32.731</b>	<b>36.060</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### 5.4.3.4 Flujos de Efectivo VAN y TIR

Se realiza el análisis de los indicadores financieros que sirven como parámetro en la toma de decisiones en relación al proyecto y se determina que VAN es positivo, descontado a un costo de capital promedio de 9,32%, debido a lo cual se establece que el proyecto es aceptable.

**Tabla N° 46 Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento**

<b>Entradas de efectivo</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
Utilidad Neta		24.703	26.929	29.516	32.731	36.060
+ Depreciaciones		538	538	538	550	550
+ Amortizaciones		916	916	916	916	916
Liquidación del Proyecto						1.608
Recuperación Capital de Operación						71.014
<b>Total Entradas</b>	<b>0</b>	<b>26.156</b>	<b>28.383</b>	<b>30.970</b>	<b>34.197</b>	<b>110.148</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
Inversión Inicial	79.059					
Amortización de la Deuda		14.085	15.747	17.604		
Reposición de Activos				856		
<b>Total Salidas</b>	<b>79.059</b>	<b>14.085</b>	<b>15.747</b>	<b>18.460</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>= Flujo de efectivo Neto</b>	<b>-79.059</b>	<b>12.071</b>	<b>12.636</b>	<b>12.510</b>	<b>34.197</b>	<b>110.148</b>

<b>Año</b>	<b>FE</b>	<b>Fat. Act</b>	<b>FE Descontado</b>
0	-79.059,02		
1	12.071,07	0,9147	11.041,96
2	12.636,29	0,8368	10.573,54
3	12.509,94	0,7654	9.575,39
4	34.197,29	0,7002	23.943,81
5	110.147,80	0,6405	70.546,86
		<b>ΣFE</b>	<b>125.681,56</b>
		- I.I.	79.059,02
		<b>VAN</b>	<b>46.622,54</b>
		TIR	22,96%
		PR	4,07
		C/B	1,59

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Se indica además que la Tasa Interna de Retorno propia de la inversión es mayor al costo de capital o tasa de descuento, demostrando así que existe una relación costos/beneficio mayor a 1, lo que determina el grado de desarrollo del proyecto, significando que los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará

utilidad. Sin embargo es importante señalar que el único indicador no favorable es el periodo de recuperación que esta sobre los 4 años, debido a que es un proyecto en el cual la recuperación de la inversión es más prolongada a diferencia de otros tipos de inversión.

#### 5.4.3.5 Punto de equilibrio

El estado de equilibrio entre ingresos y egresos indica el número de unidades mínimas a producir y vender para no generar pérdidas, se demuestra en la siguiente tabla que el número de unidades requeridas es inferior a la producción actual, obteniendo resultados positivos aún si se requiere de un crédito financiero.

<b>Costo de Producción</b>	<b>Año 2013</b>	
	<b>Fijos</b>	<b>Variables</b>
MPD		95.365
MOD		25.927
CIF		
Canastilla plástica		11.503
Cajas de cartón		1.920
Pallets		604
Zuncho de 10 kg		251
Etiquetas		2.611
Esquineros		150
Agua	313	
Energía	627	
Suministros	752	
Depreciaciones	114	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>1.806</b>	<b>138.331</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>31.611</b>	<b>75.266</b>
Gastos Administrativos	31.611	
Gastos de Exportación		75.266
<b>Gastos Financieros</b>	<b>4.604</b>	
Interés Bancario	4.604	
<b>Costos y Gastos Totales</b>	<b>38.021</b>	<b>213.597</b>
<b>Unidades</b>	<b>55.008</b>	
<b>Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>0,69</b>	<b>3,88</b>
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>4,57</b>	
<b>% Utilidad</b>	<b>15%</b>	
<b>Precio de venta Unitario</b>	<b>5,26</b>	
<b>P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)</b>	<b>27.605</b>	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito.

Aduana de Holanda (2013), Barreras Arancelarias en <http://www.belastingdienst.nl>

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), (2013), Requisitos para exportación frutas frescas, en <http://www.agrocalidad.gob.ec>

Aza, A. (2013), Estrategia de Comercialización de maíz suave amarillo en Carchi – Ecuador y la demanda efectiva en el valle del Cauca – Colombia, trabajo de grado para obtener la ingeniería en comercio exterior y negociación comercial internacional en Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Inédito.

Banco Central del Ecuador (2013). Indicadores económicos, estadísticas y comercio exterior en [http:// www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Beltrán, A (2009), Producción y exportación de uvilla (*Physalis peruviana* L.) al mercado de Alemania, trabajo de grado para obtener maestría en comercio y negociación internacional en Universidad Tecnológica Equinoccial, Inédito, <http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/>

Benítez et al. (2007), Oportunidades de comercialización de uvilla en el mercado de Holanda como una manera de incentivar su cultivo en el Ecuador, trabajo de grado para obtener la ingeniería en comercio exterior en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Inédito, <http://dspace.esPOCH.edu.ec/> (10/04/2012).

Briceño, C (2009), Proyecto de factibilidad para la producción y exportación de uvilla al mercado alemán, periodo 2008 – 2018, trabajo de grado para

obtener la ingeniería en comercio exterior e integración en la Universidad Tecnológica Equinoccial, Inédito, <http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/>

Chulde, A. (03/2013) entrevista Técnico del Departamento de Fomento Agropecuario de la Dirección de Gestión de Desarrollo Económico Local (archivo personal).

Chunés, J. (2013), Depósito Aduanero Público y los importadores que no acceden a los servicios que ofrece este régimen en la Dirección Distrital de Aduana Tulcán, trabajo de grado para obtener la ingeniería en comercio exterior y negociación comercial internacional en Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Inédito.

Comunidad Andina de Naciones, Acuerdos Comerciales en <http://www.comunidadandina.org>

Central Intelligence Agency, (CIA), (2012). Indicadores Países Bajos en <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Centro Cultural de Hispanohablantes de Amsterdam y Rotterdam - Culturas y Costumbres - Los impuestos en los Países Bajos en <http://www.hispanohablantes.nl>

Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS), (2013), Canales de Distribución en Europa en <http://www.cims-la.com>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito.

El Comité de Comercio Exterior (COMEX), (2013), Política Comercial Ecuador en <http://www.produccion.gob.ec>

Diario El Comercio “La uvilla seca se aprecia en Alemania”, 23/02/2013 en <http://www.elcomercio.com.ec>

Diario El comercio “El cultivo de la uvilla crece en el país (13/08/2011) en <http://www.elcomercio.com.ec>

Diario La Hora “La uvilla se acomoda en el mercado internacional” (03/06/2011) en <http://www.lahora.com.ec>

Diario La Hora “La uvilla gana mercado dentro y fuera del país” (30/07/2012) en <http://www.lahora.com.ec>

Diario Hoy “Extensión del SGP da un respiro al acuerdo paralizado con la UE” (07/11/2012) en <http://www.hoy.com.ec>

Estadística sobre Holanda CBS, Oficina Central de Estadística de Países Bajos en <http://www.cbs.nl>

European Food Safety Authority (EFSA) – Committed since 2002 to ensuring that Europe's food is safe - Consumo de Frutas y Verduras Frescas en Unión Europea en <http://www.efsa.europa.eu/>

Eurostat, Base de datos en <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Federación Ecuatoriana de Exportadores (2012). Exportadores ecuatorianos en <http://www.fedexport.com>

Fisher L, & Espejo J. (2011). Mercadotecnia, (pp. 5-16). 4<sup>ta</sup> Edición.

Gobierno Provincial del Carchi (2012), Carchi estadístico en <http://www.carchi.gob.ec>

Garcia, J. (2007). Marketing Internacional, (pp. 16-377). 2<sup>da</sup> Edición.



International Trade Center Trademap. (2012). Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas en <http://www.trademap.com>

Instituto Español de Comercio Exterior, (ICEX), (2012), España exportación e Inversiones en <http://www.icex.es/>

Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), (2013), Certificaciones de Calidad en <http://www.inen.gob.ec/>

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), (2013), Requisitos para marca de nuevo producto, en <http://www.iepi.gob.ec>

Krugman, P. (2008). El Nuevo Comercio Internacional. Pearson.

Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), (2012). Certificado de origen en <http://www.mipro.gob.ec>

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), (2013), Comercio Exterior en <http://servicios.agricultura.gob.ec>

NL EVD International *Agencia de Comercio Exterior y Colaboración Internacional* en <http://www.hollandtrade.com>

Nono et al. (2006), Proyecto de factibilidad para la elaboración, comercialización y distribución de uvillas en almíbar al mercado Alemán para la empresa Equibusiness, trabajo de grado para obtener la ingeniería empresarial en la Escuela Politécnica Nacional, Inédito, <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/>

Oficina de Estadística Europea - Eurostat -Estadísticas en <http://www.eurostat.eu>

Oficina Holandesa para Análisis de Política Económica (CPB) (2012) – Déficit Presupuestario, en <http://www.cpb.nl>

Organización Mundial del Comercio (OMC), Acuerdos Comerciales en <http://www.wto.org/indexsp.htm>

Organización para las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO), (2011). Estadísticas en <http://www.fao.org/inpho>

Organizaciones Muñoz Ugarte - La uvilla seca se aprecia en Alemania en <http://www.omu.com.ec>

Paillacho, J. (2013), Demanda de Panela y las Estrategias de Comercialización desde la Parroquia de Maldonado, trabajo de grado para obtener la ingeniería en comercio exterior y negociación comercial internacional en Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Inédito.

PROCOMER, Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (2011), Logística Exportación Hornada en <http://www.procomer.com>

PRO-ECUADOR. (2013). Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones en <http://www.proecuador.gob.ec>

PROEXPORT Colombia, (2013). LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN en [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)

Reino de los Países Bajos, Guía Comercial Holanda y el Reino de los Países Bajos (2013), en <http://www.guiadecomercio.nl>

Revista FreshPlaza: Noticias del sector de frutas y verduras, Precio de Physalis en <http://www.freshplaza.es>

Revista Tierra Adentro (26/07/2011) Manejo del Cultivo de Uvilla y Guía técnica en <http://revistatierraadentro.com>

SEMPLADES (2010). Agenda Zonal para el Buen Vivir en <http://www.pnud.org.ec>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2011). Procedimiento para exportar. SENA E en <http://www.aduana.gob.ec>

Torres, R. (2006). Teoría Del Comercio Internacional, Buenos Aires Argentina, Ed. Siglo Veintiuno Editores, pág. 17.

Trade Map, (2013), Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas en <http://www.trademap.org>

Uribe et al. (2009), Exportación de uvilla deshidratada a Alemania, trabajo de grado para obtener la maestría en administración de empresas en Universidad San Francisco de Quito, Inédito, <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/>

## 7. ANEXOS

### Anexo N° 1

#### CÁLCULO DE LOS COSTOS DE ADECUACIÓN

Los costos de producción constan dentro del proceso de adecuación de la fruta con lo cual se obtiene el producto final, los mismos que se clasifican en; costos directos (materia prima y mano de obra) y costos indirectos que complementan el debido proceso de preparación del producto con destino a la exportación.

<b>Costos de Producción</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Materia Prima</b>			<b>83.007</b>
Uvilla	50.004	1,66	83.007
<b>Mano de Obra</b>			<b>22.109</b>
Obreros	4	5.527	22.109
<b>Costos Indirectos de Fabricación:</b>			<b>16.750</b>
Canastilla plástica	50.004	0,20	10.001
Cajas de cartón	5.556	0,30	1.667
Agua	12	25,00	300
Energía	12	50,00	600
Suministros	12	60,00	720
Etiquetas	50.004	0,05	2.500
Zuncho de 10 kg	2	120,00	240
Esquineros	144	1,00	144
Pallets	34	17,00	578
Depreciaciones			
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>121.866</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

## Anexo N° 2

### CÁLCULO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos gastos que están relacionados con las actividades administrativas, en lo que se incluye los gastos del personal, servicios básicos, suministros de oficina, suministros de limpieza, arriendo, calculadas anualmente.

<b>Gastos Administrativos Año 2012</b>					
<b>Concepto</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario mensual</b>	<b>Valor Anual por sueldo</b>	<b>Total Año 2012</b>
Sueldos	Administrador	2	500	7.023	14.046
	Supervisor		400		
Servicios Básicos		12	25,00	0	300
Suministros de Oficina		12	10,00	0	120
Suministros de Limpieza		12	15,00	0	180
Arriendo		12	1.050,00	0	12.600
<b>Total Gastos Administrativos</b>					<b>27.246</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Para el respectivo análisis de la tabla anterior, es necesario indicar que los sueldos están calculados mensualmente tanto del administrador y del supervisor, de acuerdo con todos los beneficios de ley, obteniendo un promedio anual por sueldo de 7.023 dólares anuales, alcanzando un total de 14.046 dólares para el año 2012, de igual manera los demás rubros de servicios básicos, suministros de oficina, limpieza y arriendo del local para el centro de acopio se calculan para 12 meses, presentando como resultado un total de gastos administrativos la cantidad de 27.246 dólares en el año 2012.

### Anexo N° 3

## CÁLCULO DE GASTOS DE EXPORTACIÓN

Son los gastos que se realizan en el intercambio comercial de la mercadería, para la fruta exótica se requiere certificados y documentos administrativos, así como también manipulación, transporte interno, agentes de aduana y de carga y otros egresos necesarios para la exportación, considerando dos envíos al año.

<b>Gastos de Exportación (Ventas)</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
Unitarización	2	1.009,00	2.018
Manipuleo en el local de exportador	2	60,00	120
Documentación	2	264,90	530
Transporte interno	2	1.500,00	3.000
Manipuleo de embarque	2	170,00	340
Agentes	2	330,00	660
Costos bancarios	2	1.512,50	3.025
Capital e inventario - país de origen	2	48,54	97
Flete internacional	2	5.000,00	10.000
Seguro internacional	2	1.689,02	3.378
Capital e inventario - tránsito internacional	2	412,16	824
Almacenamiento	2	300,00	600
Manipuleo de desembarque	2	230,00	460
Documentación	2	290,00	580
Agentes	2	500,00	1.000
Transporte interno	2	200,00	400
Aduaneros	2	18.089,37	36.179
Capital e inventario en el país de destino	2	360,00	720
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>			<b>63.931</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

## Anexo N° 4

### ANÁLISIS DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Se realizó la respectiva investigación para establecer las condiciones de financiamiento, en diferentes instituciones financieras de la ciudad, y mediante el análisis respectivo se determinó que se recurrirá a un crédito comercial del Banco Nacional de Fomento, ya que ofrece una tasa de interés adecuada de 11,20%. Se considera la tasa pasiva de 6,50% de la misma institución.

Instituciones Financieras	Tasa Activa	Tasa Pasiva
Banco Pichincha	11,20 %	5%
Banco de Fomento	11,20%	6,50%
Banco Procredit	11,82%	6%
Cooperativa Tulcán	11,40%	7,72%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

El cálculo de la deuda se lo realizo con la siguiente fórmula:

$$R = \frac{M*(1+i)^{n*i}}{(1+i)^n - 1}$$

Amortización de la Deuda	
Monto	47.435
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	36
Cuota	1557,47

<b>No.</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo</b>
0				47.435
1	1114,74	442,73	1557,47	46.321
2	1125,14	432,33	1557,47	45.196
3	1135,65	421,82	1557,47	44.060
4	1146,25	411,23	1557,47	42.914
5	1156,94	400,53	1557,47	41.757
6	1167,74	389,73	1557,47	40.589
7	1178,64	378,83	1557,47	39.410
8	1189,64	367,83	1557,47	38.221
9	1200,74	356,73	1557,47	37.020
10	1211,95	345,52	1557,47	35.808
11	1223,26	334,21	1557,47	34.585
12	1234,68	322,79	1557,47	33.350
13	1246,20	311,27	1557,47	32.104
14	1257,84	299,64	1557,47	30.846
15	1269,58	287,90	1557,47	29.576
16	1281,42	276,05	1557,47	28.295
17	1293,38	264,09	1557,47	27.002
18	1305,46	252,01	1557,47	25.696
19	1317,64	239,83	1557,47	24.379
20	1329,94	227,53	1557,47	23.049
21	1342,35	215,12	1557,47	21.706
22	1354,88	202,59	1557,47	20.351
23	1367,53	189,95	1557,47	18.984
24	1380,29	177,18	1557,47	17.604
25	1393,17	164,30	1557,47	16.210
26	1406,17	151,30	1557,47	14.804
27	1419,30	138,17	1557,47	13.385
28	1432,55	124,93	1557,47	11.952
29	1445,92	111,56	1557,47	10.506
30	1459,41	98,06	1557,47	9.047
31	1473,03	84,44	1557,47	7.574
32	1486,78	70,69	1557,47	6.087
33	1500,66	56,81	1557,47	4.587
34	1514,66	42,81	1557,47	3.072
35	1528,80	28,67	1557,47	1.543
36	1543,07	14,40	1557,47	0

<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>
4.604,27	2.943,15	1.086,13
14.085,39	15.746,50	17.603,52

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra



## Anexo N° 5

### ESTIMACIÓN DEL VAN

El Valor Actual Neto es la suma de todos los valores de los flujos netos de caja, esperados durante un periodo de operación del proyecto de inversión al cual se le resta la inversión inicial, con lo que se puede determinar lo siguiente:

VAN > Proyecto es factible

VAN < Proyecto es factible

VAN = Proyecto es indiferente

El cálculo se lo realiza mediante la fórmula:

$$VAN = \frac{\sum *FEN}{(1+i)^n}$$

El VAN del proyecto es de \$ 46.622,54 que representa el valor acumulado en el tiempo, una vez que se ha recuperado la inversión al valor presente.

	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
<b>Flujo de efectivo Neto</b>	-79.059	12.071	12.636	12.510	34.197	110.148

Año	Flujo Efectivo	Factor de Actualización	F. Efectivo Descontado
0	-79.059,02		
1	12.071,07	0,9147	11.041,96
2	12.636,29	0,8368	10.573,54
3	12.509,94	0,7654	9.575,39
4	34.197,29	0,7002	23.943,81
5	110.147,80	0,6405	70.546,86
		<b>SFE</b>	<b>125.681,56</b>
		- I.I.	79.059,02
		<b>VAN</b>	<b>46.622,54</b>
		TIR	22,96%
		PR	4,07
		C/B	1,59

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

## Anexo N° 6

### ESTIMACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Está en relación de los costos indirectos e indirectos ya que estos pueden ser fijos o variables.

El costo variable incluye elementos cuyo comportamiento es directamente proporcional al volumen de producción.

El costo fijo se mantiene constante, no cambian por el volumen de producción.

El punto de equilibrio se calcula con la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Total Costos Fijos}}{(\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable})}$$

#### Punto de Equilibrio

	Año 2013	
	Fijos	Variables
<b>Costo de Producción</b>		
<b>Total Costo de Producción</b>	1.806	138.331
<b>Gastos Operacionales</b>	31.611	75.266
<b>Gastos Financieros</b>	4.604	
<b>Costos y Gastos Totales</b>	38.021	213.597
<b>Unidades</b>	55.008	
<b>Costos y Gastos Unitarios</b>	0,69	3,88
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>	4,57	
<b>% Utilidad</b>	15%	
<b>Precio de venta Unitario</b>	5,26	
<b>P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)</b>	27.605	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

## Anexo N° 7

### DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La depreciación permite registrar la distribución del valor de un bien de larga duración en varios periodos o años de vida útil, se utiliza el método lineal, con porcentaje de depreciación de acuerdo a la vida útil del activo.

#### Depreciación

Detalle	Valor	Vida Útil	% Depreciación
Maquinaria y equipo	1140	10	10%
Muebles y enseres	1505	10	10%
Equipo de computo	820	3	33%
Detalle	Valor	Vida Útil	% Depreciación
Activos Diferidos	4580	5	20%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### Depreciación de Maquinaria

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1140
1	114	0,10	1026
2	114	0,10	912
3	114	0,10	798
4	114	0,10	684
5	114	0,10	570
6	114	0,10	456
7	114	0,10	342
8	114	0,10	228
9	114	0,10	114
10	114	0,10	0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### Depreciación de Muebles y Enseres

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1505
1	151	0,10	1355
2	151	0,10	1204
3	151	0,10	1054
4	151	0,10	903
5	151	0,10	753
6	151	0,10	602
7	151	0,10	452
8	151	0,10	301
9	151	0,10	151
10	151	0,10	0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### Depreciación de Equipo de Cómputo

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			820
1	273	0,33	547
2	273	0,33	273
3	273	0,33	0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

#### Depreciación de Equipo de Cómputo

Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			856
1	285	0,33	571
2	285	0,33	285
3	285	0,33	0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

### Amortización Gastos de Constitución

<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			<b>4580</b>
1	916	0,20	3664
2	916	0,20	2748
3	916	0,20	1832
4	916	0,20	916
5	916	0,20	0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jairo Guerra

## Anexo N° 8

### CÁLCULO DEL ROL DE PAGOS

Corresponde al salario de cada uno de los trabajadores del centro de acopio con sus respectivos beneficios de ley:

Sueldo básico unificado, Décimo cuarto, Décimo tercero, Vacaciones, Fondos de reserva y Aporte patronal.

Año	Sueldo Básico Unificado	Crecimiento
2006	160	
2007	170	0,063
2008	200	0,176
2009	218	0,090
2010	240	0,101
2011	264	0,100
2012	292	0,106
2013	318	0,089
Promedio		0,104

Base 10º cuarto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Base Cálculo IESS	
	292	318	351	387	427	472	9,35%	12,15%

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Año 2012	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Administrador	1	500	500	6.000	292	500	250	0	561	729	7.771
Jefe Operativo	1	400	400	4.800	292	400	200	0	449	583	6.275
Operarios	4	350	1.400	16.800	1.168	1.400	700	0	1.571	2.041	22.109
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4.040</b>	<b>2.300</b>	<b>27.600</b>	<b>1.752</b>	<b>2.300</b>	<b>1.150</b>	<b>0</b>	<b>2.581</b>	<b>3.353</b>	<b>36.155</b>

Elaborado por: Jairo Guerra

Año 2013	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Administrador	1	552	552	6.621	318	552	276	552	619	805	9.123
Jefe Operativo	1	441	441	5.297	318	441	221	441	495	644	7.362
Operarios	4	386	1.545	18.540	1.272	1.545	772	1.545	1.733	2.253	25.927
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4.458</b>	<b>2538</b>	<b>30.459</b>	<b>1908</b>	<b>2.538</b>	<b>1269</b>	<b>2.538</b>	<b>2848</b>	<b>3.701</b>	<b>42413</b>

Año 2014	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Administrador	1	609	609	7.307	351	609	304	609	683	888	10.068
Jefe Operativo	1	487	487	5.846	351	487	244	487	547	710	8.125
Operarios	4	426	1.705	20.460	1.404	1.705	853	1.705	1.913	2.486	28.612
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4.920</b>	<b>2.801</b>	<b>33.613</b>	<b>2.106</b>	<b>2.801</b>	<b>1.401</b>	<b>2.801</b>	<b>3.143</b>	<b>4.084</b>	<b>46.805</b>

Año 2015	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Administrador	1	672	672	8.064	387	672	336	672	754	980	11.111
Jefe Operativo	1	538	538	6.451	387	538	269	538	603	784	8.966
Operarios	4	470	1.882	22.579	1.549	1.882	941	1.882	2.111	2.743	31.576
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>5.430</b>	<b>3091</b>	<b>37.094</b>	<b>2324</b>	<b>3.091</b>	<b>1546</b>	<b>3.091</b>	<b>3468</b>	<b>4.507</b>	<b>51653</b>

Año 2016	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Administrador	1	742	742	8.899	427	742	371	742	832	1.081	12.262
Jefe Operativo	1	593	593	7.119	427	593	297	593	666	865	9.895
Operarios	4	519	2.076	24.918	1.710	2.076	1.038	2.076	2.330	3.028	34.846
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>5.992</b>	<b>3411</b>	<b>40.936</b>	<b>2564</b>	<b>3.411</b>	<b>1706</b>	<b>3.411</b>	<b>3828</b>	<b>4.974</b>	<b>57003</b>

Año 2017	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,35%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Administrador	1	818	818	9.821	472	818	409	818	918	1.193	13.532
Jefe Operativo	1	655	655	7.857	472	655	327	655	735	955	10.920
Operarios	4	573	2.292	27.498	1.887	2.292	1.146	2.292	2.571	3.341	38.455
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>6.613</b>	<b>3765</b>	<b>45.176</b>	<b>2830</b>	<b>3.765</b>	<b>1882</b>	<b>3.765</b>	<b>4224</b>	<b>5.489</b>	<b>62907</b>

Elaborado por: Jairo Guerra

Anexo N° 9

ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**La comercialización de uvilla (*Physalis peruviana*) cultivada en la Provincia del Carchi y la demanda requerida en el mercado Holandés.**

Reciba un cordial saludo de quien forma parte de la UPEC, estudiante de la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, de la manera más comedida se solicita realizar la siguiente encuesta dirigida a productores de uvilla de la Provincia del Carchi.

**INSTRUCCIONES**

- Marque con una X, según corresponda cada respuesta.

NOMBRE:

.....

ZONA DE PRODUCCIÓN:

.....

PRODUCCIÓN

1. ¿Qué variedades de uvilla siembra?

.....

2. ¿Cuál es la superficie cultivada de uvilla?

- a) 1 hectárea  b) 2 hectáreas  c) Más de 3 hectáreas  d) Otros

3. **¿Cuál es la producción de uvilla por hectárea?**

.....

4. **¿Cuántas siembras de uvilla realiza al año?**

a) 1

b) 2

c) Más de 2

En que lapso de tiempo

.....

5. **¿Qué tipo de proceso utiliza para el cultivo de uvilla?**

a) Artesanal

b) Invernadero

c) Las dos

6. **¿Qué presentación utiliza usted para la venta de uvilla?**

a) Canastillas

b) Fundas

c) Cajas

7. **¿Cuál es el costo de producción de uvilla por hectárea?**

.....

8. **¿Recibe apoyo por parte de organizaciones en el cultivo de uvilla?**

a) Si

b) No

Si la respuesta es positiva conteste la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 10.



**9. ¿Qué tipo de apoyo recibe?**

- a) Capacitaciones
- b) Dotación de herramientas
- c) Entrega de insumos agropecuarios
- d) Todas las anteriores
- e) Financiamiento

**10. ¿Cuál es el precio de venta por kilo de uvilla?**

.....

**11. ¿A quién vende su producto?**

- a) Plan de Gobierno
- b) Intermediario
- c) Exportadores

**12. ¿Estaría en capacidad de incrementar la producción de uvilla?**

- a) Si                       b) No

Si su respuesta fue afirmativa indique en que porcentaje aumenta su producción

- a) 2 %
- b) 3 %
- c) 5 %

## Anexo N° 10

### INTERPRETACIÓN DE DATOS

#### PREGUNTA N° 1 VARIEDADES DE LA UVILLA

Physalis Peruviana	Variedad por zona	Porcentaje
Ecuatoriana	1	5%
Colombiana	10	90%
Desconocida	1	5%
Total	12	100%

■ Ecuatoriana ■ Colombiana ■ Desconocida

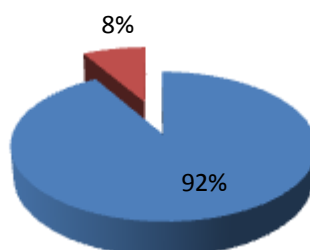


El presente pastel estadístico indica los resultados obtenidos mediante la encuesta sobre la variedad de uvilla que se cultiva en Carchi, el 90% corresponde a la variedad colombiana, lo que permite concluir que este tipo de fruta tiene mayor aceptación entre los agricultores de las zonas investigadas, debido a sus reconocidas características comerciales y a que se adapta al medio climático de la provincia.

#### PREGUNTA N° 3 PRODUCCIÓN POR HECTÁREA

Producción en Kg.	Total por zona	Porcentaje
1800 Kg	11	92%
1900 Kg	1	8%
Total	12	100%

■ 1800 Kg ■ 1900 Kg

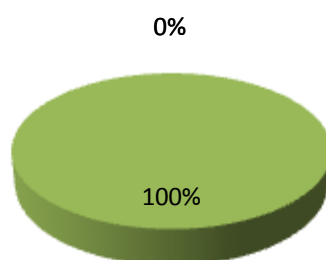


En lo relacionado a la producción de uvilla por hectárea se demuestra que en 11 zonas de cultivo la cantidad de fruta más adecuada es de 1800 kg., con un porcentaje del 92%, esto se debe a que se procura obtener un producto de calidad, mas no de volúmenes altos, lo que permite tener una ventaja frente a la competencia y se demuestra que se sigue la línea de producción a nivel nacional.

**PREGUNTA N° 4  
CULTIVOS AL AÑO**

Cultivos	Respuesta por productor	Porcentaje
1 Cultivo al año	0	0%
2 Cultivos al año	0	0%
Más de 2 Cultivos al año	12	100%
Total	12	100%

■ 1 Cultivo al año ■ 2 Cultivos al año ■ Más de 2 Cultivos al año

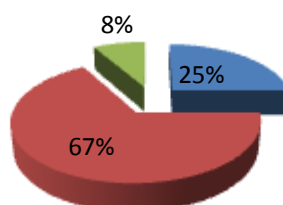


Es prioritario señalar un dato importante de la investigación sobre los cultivos de uvilla que se realizan al año, y se obtiene que el 100% de los agricultores del Carchi producen la fruta exótica dos veces por año, esto como consecuencia del clima del entorno y características de la fruta, permitiendo establecer y planificar los envíos que se realizarán posterior a su cosecha.

**PREGUNTA N° 10  
PRECIO DE VENTA POR KILOGRAMO DE UVILLA**

Precio por Kg.	Respuesta del productor	Porcentaje
1 usd por Kg.	3	25%
1,15 usd. por Kg.	8	67%
1,28 usd. Por Kg.	1	8%
Total	12	100%

■ 1 usd por Kg. ■ 1,15 ctvs. por Kg. ■ 1,28ctvs. Por Kg.



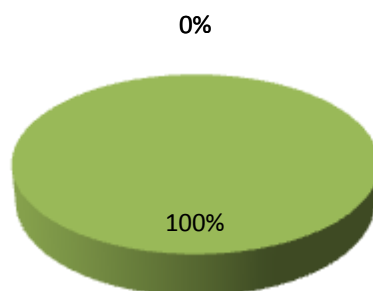
El precio de la materia prima es un factor determinante para la investigación, se considera tres costos por kilogramo, y el que representa mayor rentabilidad para el proyecto es el de 1,15 usd /kg., de uvilla con capuchón, representado con un 67%, debido a que es un producto de calidad y posee las características adecuadas para la respectiva exportación.

**PREGUNTA N° 11**

**Destino de venta de la uvilla**

Destino de venta	Respuesta del productor	Porcentaje
Plan de Gobierno	0	0%
Intermediario	12	100%
Exportadores	0	0%
Total	12	100%

■ Plan de Gobierno ■ Intermediario ■ Exportadores



Un factor importante es el destino que tiene la uvilla del Carchi, y según la investigación realizada se puede conocer que el 100% de la producción de uvilla, procedentes de las 12 zonas, se la vende a intermediarios, un aspecto al cual se busca dar solución con el desarrollo de la idea de proyecto, que permita mejorar la rentabilidad de la inversión que realiza el agricultor.

### PREGUNTA N° 12

#### CAPACIDAD INCREMENTO DE PRODUCCIÓN DE UVILLA

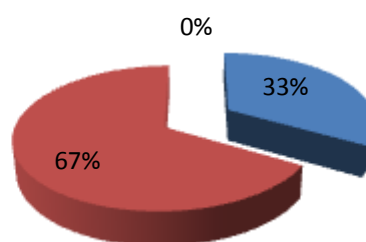
Capacidad para incremento	Respuesta del productor	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
Total	12	100%

### PREGUNTA N° 12

#### PORCENTAJE DE INCREMENTO PRODUCCIÓN DE UVILLA

Porcentaje de incremento anual	Respuesta del productor	Porcentaje
2% = 1 1/2 tonelada de incremento	4	33%
3% = 2 1/2 toneladas de incremento	8	67%
5% = 4 toneladas de incremento	0	0%
Total	12	100%

■ 2% = 1 1/2 tonelada de incremento ■ 3% = 2 1/2 toneladas de incremento  
■ 5% = 4 toneladas de incremento



Finalmente la investigación de campo permite conocer que el agricultor de uvilla de la Provincia del Carchi, está dispuesto a incrementar su producción, no en grandes cantidades pero con gran expectativa de conocer que ventajas comerciales provoca esta fruta exótica en el exterior, se obtiene, el dato que el 67% de productores representado en ocho de las doce zonas aumentarán su producción en un 3%, reflejado en dos y media hectáreas de cultivo.

Anexo N° 11

ENTREVISTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**La comercialización de uvilla (*Physalis peruviana*) cultivada en la Provincia del Carchi y la demanda requerida en el mercado Holandés.**

Esta entrevista tiene la finalidad de reunir antecedentes de la producción de uvilla en la Provincia del Carchi y los métodos de comercialización aplicados.

**OBJETIVO:** Recolectar información con el fin de obtener datos para la comercialización de la uvilla desde de la Provincia del Carchi hacia el mercado Holandés.

**ENTREVISTADO:** .....

**ENTREVISTADOR:** .....

1. ¿Cuál es la condición actual de la producción de uvilla en la Provincia del Carchi?

.....

2. ¿Cuáles son las zonas en las que se identifica mayor cultivo de uvilla?

.....  
.....

3. ¿Se cuenta con datos históricos sobre la producción de uvilla en el Carchi?

.....

4. ¿Cuántas hectáreas de uvilla se siembra por temporada?

.....  
.....

5. ¿Qué variedad de uvilla tiene más aceptación por parte del agricultor para su posterior cultivo?

.....

6. ¿Se ha identificado específicamente a los productores de uvilla en la Provincia?

.....

7. ¿Cuál es el apoyo que brindan las entidades públicas para incentivar este tipo de cultivos?

.....  
.....

8. ¿El canal de distribución elegido por los productores de fruta exótica es el adecuado?

.....  
.....

9. ¿Qué método de comercialización recomienda para mejorar la rentabilidad de inversión en el cultivo de uvilla?

.....

---

**ENTREVISTADOR**



**JAIRO GUERRA**







# CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN Phytosanitary Certificate for Export		 P No 100041
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organization of Ecuador		A: Organización(s) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization(s) of
<b>I. Descripción del Envío / Description of Consignment</b>		
1. Nombre y dirección del exportador <i>Name and address of exporter</i>		2. Nombre y dirección declarados del destinatario <i>Declared name and address of consignee</i>
3. Lugar de origen / <i>Place of origin</i>	4. Medios de transporte declarados / <i>Declared means of conveyance</i>	
5. Punto de entrada declarado / <i>Declared point of entry</i>	6. Marcas distintivas / <i>Distinguishing marks</i>	
7. Número y descripción de los bultos <i>Number and description of packages</i>	8. Cantidad declarada y nombre del producto <i>Name of produce and quantity declared</i>	
9. Nombre botánico de las plantas <i>Botanical name of plants</i>		
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</p>		
<b>II. Declaración Adicional / Additional Declaration</b>		
<b>III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment</b>		
10. Fecha / <i>Date</i>	11. Tratamiento / <i>Treatment</i>	
12. Producto químico (ingrediente activo) <i>Chemical (active ingredient)</i>	13. Duración y temperatura <i>Duration and temperature</i>	14. Concentración <i>Concentration</i>
15. Información adicional / <i>Additional information</i>		16. Nombre del funcionario autorizado / <i>Name of authorized officer</i>
Lugar de expedición <i>Place of issue</i>		
Fecha / <i>Date</i>		
		Firma / <i>Signature</i>



# CERTIFICACIÓN DE CALIDAD INEN



INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION  
DIRECCION TECNICA DE VALIDACION Y CERTIFICACION

## SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN

NÚMERO DE INGRESO:*	FECHA DE INGRESO:*
---------------------	--------------------

\* Para uso exclusivo del INEN

La información proporcionada en este documento es tratada bajo estrictos criterios de confidencialidad.

### 1. IDENTIFICACIÓN DEL SOLICITANTE

Razón Social: .....

Dirección oficinas: .....

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail: .....

Dirección de la planta: .....

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail: .....

Nombre del Representante Legal .....

Cargo .....

Representante autorizado ante el INEN: .....

Cargo que desempeña: .....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail: .....

### 2. IDENTIFICACIÓN DEL FABRICANTE (si difiere del Solicitante)

Razón Social: .....

Dirección oficinas: .....

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail: .....

Dirección de la planta: .....

Ciudad:..... Provincia:..... RUC No.:.....

Teléfonos:..... Fax:..... E-mail: .....

Nombre del Representante Legal .....

## CERTIFICADO DE ORIGEN FORMATO SGP Plus (+)

<p>1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)</p>		<p>Reference No</p> <p style="text-align: center;"><b>GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</b></p> <p>Issued in _____ (country) <span style="float: right;">See Notes overleaf</span></p>			
<p>2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country)</p>		<p>3. Means of transport and route (as far as known)</p>			
<p>4. For official use</p>		<p>5. Item number</p>			
<p>6. Marks and numbers of packages</p>		<p>7. Number and kind of packages; description of goods</p>			
<p>8. Origin criterion (see Notes overleaf)</p>		<p>9. Gross weight or other quantity</p>			
<p>10. Number and date of invoices</p>		<p>11. Certification</p> <p>It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.</p> <p>_____</p> <p>Place and date, signature and stamp of certifying authority</p>			
<p>12. Declaration by the exporter</p> <p>The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalized System of Preferences for goods exported to _____ (importing country)</p> <p>_____</p> <p>Place and date, signature of authorized signatory</p>					

FORM 1500 (2008/7)

**Anexo N° 10**  
**FOTOGRAFÍAS**  
**Cultivos de uvilla**



**Etapas de maduración de la fruta**



**Inicio de la cosecha**



**Almacenaje en lugar del productor adecuación**



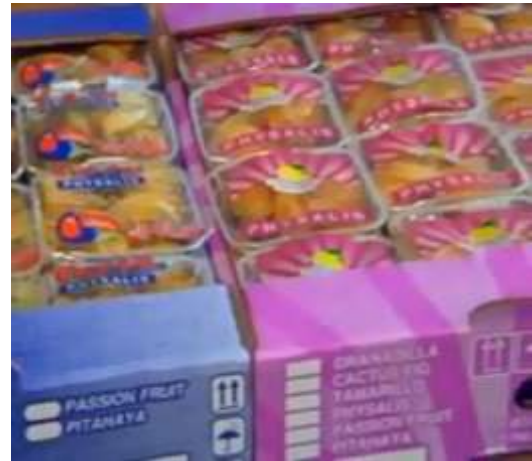
**Recepción de la fruta para adecuación**



**Clasificación de la fruta idónea**



**Envase y empaque del producto**



**Unitarización del producto en palets**



**Embarque en unidad de**



**carga**

### **JAIRO DANILO GUERRA PAUCAR**



Egresado de carrera de ingeniería de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional. Participación en el Seminario Foro Binacional de Desarrollo, Integración Fronteriza y Transporte por el Instituto de Altos Estudios para la Integración y el Desarrollo Legislativo. Participación en el IV y V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana por la ESAP. Participación en el I Encuentro Internacional de Emprendimiento Creatividad e Innovación, organizado por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

### **“La comercialización de la uvilla (Physalis Peruviana) cultivada en la Provincia del Carchi y la demanda requerida en el mercado Holandés”**

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC).**

**Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana**

**Tulcán - Ecuador**

**jairo.guerra@upec.edu.ec**

### **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación se basa en la necesidad de explorar un nuevo mercado para la producción de uvilla existente en el Carchi, determinar la forma más acertada de comercialización para este tipo de frutas exóticas, de manera que le permita cubrir parte de una demanda efectiva en el mercado Holandés. Para la ejecución de este estudio se consideró la situación real de los productores, permitiendo determinar los requerimientos económicos, físicos y logísticos necesarios para introducir este producto en mercados extranjeros.

Es importante el cultivo de uvilla en la Provincia del Carchi, lo que permitirá su posterior comercialización, debido a que presenta preferencias de consumo a nivel internacional. La producción de uvilla se ha incrementado progresivamente en un 22% entre el periodo 2007 – 2012, esto se debe a que cada vez los agricultores observan como una mejor oportunidad la venta de la fruta, tanto en el mercado local y con la expectativa en el mercado exterior, la oferta exportable de uvilla para el intervalo de tiempo 2012 – 2017 es del 8%.

Un factor determinante es la demanda efectiva de la fruta exótica en Holanda, específicamente en la ciudad de Rotterdam considerado para el

proyecto como un mercado meta, en donde los consumidores potenciales son las personas mayores de 65 años, hogares unipersonales y los jóvenes.

El precio final de la caja de uvilla de 1,4kg. que contiene 9 canastillas plásticas de 160gr. será de 4.90 dólares en el país de destino. Finalmente mediante el estudio financiero se obtuvo un VAN positivo de 46.623 en el cuarto año de operación, un TIR del 22,96% y con una inversión inicial de 79.059 USD.

### **ABSTRACT.**

The present research work is based on the need to explore a new market for existing goldenberry production in Carchi, determine the most successful marketing for this type of exotic fruits, so that allows you to cover part of effective demand Dutch market. To carry out this study considered the real situation of producers, allowing determining the economic requirements, physical and logistical resources to introduce this product in foreign markets.

It is important goldenberry cultivation in the province of Carchi, allowing subsequent marketing, because it presents consumer preferences worldwide. U Goldenberry production has progressively increased by 22% between the period 2007 to 2012, this is because farmers increasingly seen as a better chance selling fruit in both the local market and the expectation in the foreign market, the export supply of goldenberry for the time interval 2012 - 2017 is 8%.

A determining factor is the effective demand for exotic fruit in the Netherlands, specifically in the city of Rotterdam considered for the project as a target market, where potential consumers are the people 65 years and younger person households.

The final price goldenberry box 1.4 kg. plastic baskets containing nine 160gr. will be 4.90 USD. in the destination country. Finally, by evaluating the financial study yielded a positive VAN of 46,623 in the fourth year of operation, an TIR of 22.96% and firts invesion of 79,059 USD.

## **1. Introducción**

Parte de la economía en la Provincia del Carchi desde hace años atrás depende principalmente de la agricultura, con productos tradicionales o conocidos como monocultivos, en la actualidad se trata de diversificar el cultivo de otros productos mediante la horticultura y la fruticultura, y con el planteamiento de proyectos de inversión aportar en el buen vivir de los productores, a través de la comercialización interna y externa.



Esta investigación permitió determinar la factibilidad de establecer un centro de acopio en la ciudad de Tulcán, para que los productores de fruta, específicamente de la uvilla puedan comercializar su producto de manera directa, y por ende puedan obtener mejores beneficios y utilidades de sus inversiones, ya que dejarían de vender a los intermediarios que en muchos casos especulaban con los precios.

La finalidad del proyecto es gestionar la comercialización y la exportación de productos no tradicionales, utilizando canales directos que permitan obtener mejores resultados, optimizando y aprovechando los recursos que la Provincia del Carchi posee, que permita reactivar la economía para mejorar las condiciones de vida de los pequeños agricultores.

## **2. Materiales y Métodos.**

Este proyecto de investigación se realizó con el enfoque cualitativo y cuantitativo, fundamentando y especificando cada modelo según su utilidad e importancia en el trabajo investigativo.

El paradigma cualitativo permitió conocer y analizar detalladamente características nutricionales, propiedades que presenta la fruta para su diversificación, su posterior durabilidad a la cosecha y esencialmente la calidad del producto a comercializar, así como también el comportamiento sobre hábitos, tendencias y preferencias de consumo en el mercado local, nacional y especialmente en Holanda, en el cual se desea introducir la uvilla, estas son partes que conforman el estudio de mercado. La modalidad cuantitativa se utilizó para conocer y estudiar la demanda mundial y del país de destino, la oferta y la competencia a nivel nacional y del mundo, como también el número de productores y la capacidad de producción de uvilla en la Provincia del Carchi, que permitieron realizar el posterior cálculo de la demanda efectiva.

El tipo de investigación utilizada fue el de tipología aplicada, ya que parte desde la forma de recolectar o conseguir la información, para proponer posibles soluciones a un problema identificado, en este caso la comercialización de uvilla desde la Provincia del Carchi, además permitió conocer información sobre la oferta y la capacidad productiva de la zona, apporto para poder tomar decisiones relacionadas con factores indispensables como el precio, el producto a ofrecer y específicamente elegir el mejor canal de distribución, permitiendo fundamentar de una manera más precisa la investigación. De igual manera se utilizó la investigación de campo para obtener los datos requeridos desde el lugar donde se genera la información y así conocer la realidad y las causas que provocan el

problema, en este caso como se realiza la comercialización de la uvilla desde las zonas de cultivo de la Provincia.

Se utilizó la investigación bibliográfica porque se basa en el análisis de fuentes secundarias y fuentes electrónicas referentes a mercados, competidores y clientes, es decir la demanda y la oferta de la fruta en Holanda, dando lugar a la determinación de los gustos y preferencias del consumidor, mediante datos estadísticos, colecciones de datos digitales, ensayos y diferentes estructuras de la información, que contribuyen a encontrar las posibles soluciones a los problemas antes señalados.

### 3. Resultados y Discusión

#### 3.1 Aspectos Generales

El presente proyecto se basa en varios aspectos que contribuyen a obtener y conocer resultados importantes para la toma de decisiones en lo relacionado a la factibilidad y la ejecución del plan de inversión, el estudio de mercado realizado a Holanda es uno de ellos y en los tres factores determinantes de la investigación, el estudio técnico, el estudio logístico y el estudio financiero,

La uvilla posee características nutritivas que le diferencian de otras frutas, es así que en la actualidad la aceptación del consumidor local, nacional e internacional crece progresivamente, internacionalmente el mercado europeo es el mayor demandante de la fruta exótica, en este caso Holanda, debido a los gustos y preferencias por conservar una buena salud, además instituciones públicas promueven campañas sobre una adecuada alimentación que permitan mantener una dieta equilibrada y sana.

Mediante un análisis se conoció la situación socioeconómica de Holanda, fundamentado en aspectos externos y factores que influyen en el desarrollo de la investigación, como se indica en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 1 Indicadores Básicos**

<b>Indicador</b>	<b>Indice</b>
País	Holanda (Países Bajos)
Capital	Ámsterdam
Producto Interno Bruto (PIB)	Usd 709,5 mil millones (2012 est)
PIB Per - cápita	42,300 dólar (2012 est)
Crecimiento del PIB	1,1% (2012 est)
Prima Riesgo País	+63 puntos (2011)
Inflación	2,3% (2012)
Población	16. 730,632 (2012)
Fuerza Laboral	7,746 millones (2012 est)
Tasa de Crecimiento poblacional	0,452% (2012 est)
Salario Mínimo Interprofesional	1.456,20 € = \$ 1912 mensual
Nivel de Desempleo	6,8% (2012 est)

Fuente: CIA, Eurostat, CBS.

Elaborado por: Jairo Guerra

En base al resumen de los datos socioeconómicos, se puede determinar que Holanda es uno de los países que presenta una estabilidad económica importante, por lo que se lo considera como una de las cinco mejores economías a nivel de la zona euro, se caracteriza por sus relaciones industriales estables, un positivo superávit comercial, y un importante centro de transporte europeo, sin embargo los efectos de la recesión económica en Europa demuestran una disminución, ya que para el año 2011 el PIB de Holanda fue de USD 858.3 mil millones, con un crecimiento del 1,6%, con relación al PIB 2010, PROECUADOR (2012), mientras que para el año 2012 presentó un PIB de 709.5 mil millones de dólares, con un crecimiento estimado del 1.1%, según al aporte de su composición por sector, está distribuida en agricultura 2,8%, industria 24,1% y servicios 73,2%, dichas participaciones le permitieron poseer un PIB per-cápita de 42.300 usd, y debido a un excelente plan estratégico implementado por este país europeo, se determina una tasa de inflación moderada de 2,3%, como lo señala la Agencia Central de Inteligencia (CIA) (2013), no obstante y no dependiendo del último indicador citado, la cultura del consumidor holandés se adapta a las circunstancias que se presentan actualmente, haciendo prevalecer la importancia en alimentación y salud.

El sector ofertante investigado fueron los productores de 12 zonas de producción de uvilla en la Provincia del Carchi, con lo que se pudo realizar diferentes análisis sobre su situación actual en lo referente a la comercialización, métodos de cultivo, cantidad, calidad del fruto, principales características del fruto entre otros aspectos relevantes obtenidos desde la propia fuente primaria de información.

Por lo tanto se logró identificar que en el Carchi se cosecho una cantidad de 50 toneladas aproximadamente de uvilla para el año 2012, y se determina que se obtendrá un crecimiento anual promedio del 8%, para el periodo 2012-2017.

**Tabla N° 1 Proyección de la oferta de uvilla Provincia del Carchi**

<b>Año</b>	<b>Proyección kg.</b>	<b>Proyección tn.</b>
2012 (Base)	49800	50
2013	54780	55
2014	60258	60
2015	66284	66
2016	72912	73
2017	80203	80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Jairo Guerra

En base al estudio de mercado se determina que para el periodo 2012 – 2017 existe una demanda insatisfecha de uvilla creciente en el mercado

holandés, es importante estratificar la población para poder obtener una demanda efectiva, la ciudad elegida como nicho de mercado es Rotterdam, con lo que se determina que la oferta exportable del producto, para el primer año acapara el 2% del mercado meta, la cual se mantiene hasta el año 2016, y el posterior año se refleja un aumento al 3% de cobertura.

**Gráfico N°1**

Años	CNA	Población Nacional	Consumo Per Cápita Anual		Déficit (Kg)	Población Estratificada Rotterdam (66%)	Déficit Total Rotterdam (Kg)	Total Déficit Tn	Cobertura		
	Tn		Real (Kg)	Recomendado (Kg)					(Kg)	(Tn)	% de Cobertura
2012	19571	16730329	1,19	9,09	7,90	406908	3213071	3213	49800	50	2%
2013	14203	16805950	0,85	9,09	8,24	408.739	3370018	3370	54780	55	2%
2014	19415	16881913	1,15	9,09	7,94	410.578	3259578	3260	60258	60	2%
2015	24627	16958219	1,45	9,09	7,64	412.426	3150018	3150	66284	66	2%
2016	29839	16958219	1,76	9,09	7,33	414.282	3036859	3037	72912	73	2%
2017	35052	17034870	2,06	9,09	7,03	416.146	2926488	2926	80203	80	3%
Total	115964						18956433		384236	384,24	11%

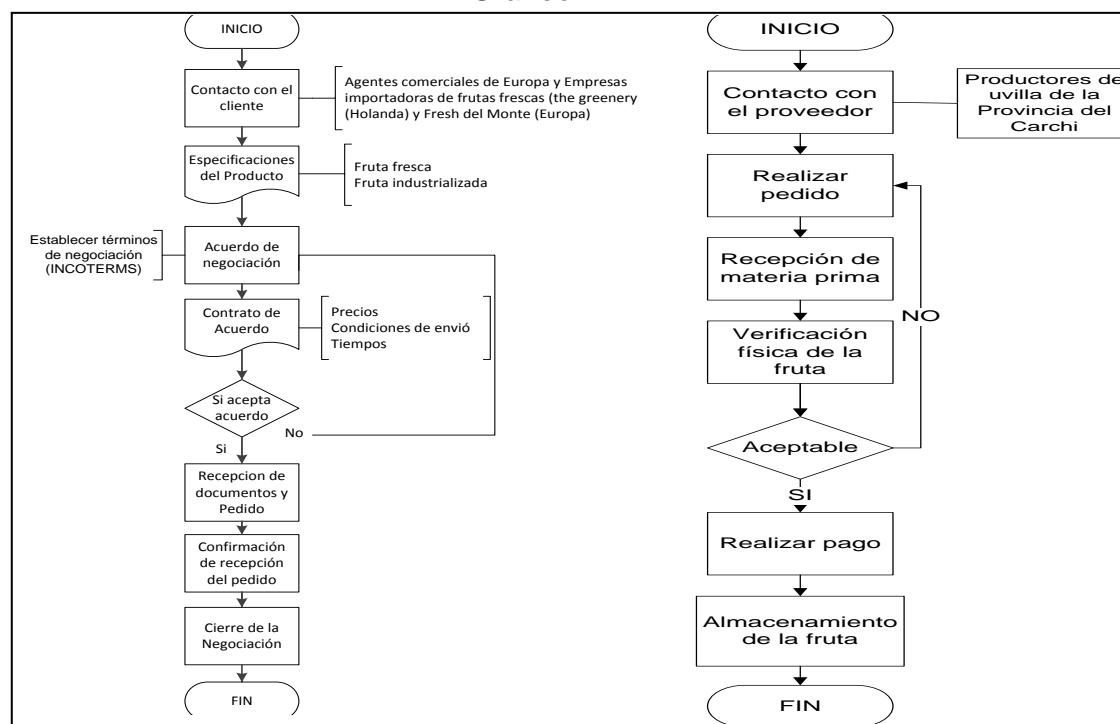
Fuente: Investigación de campo

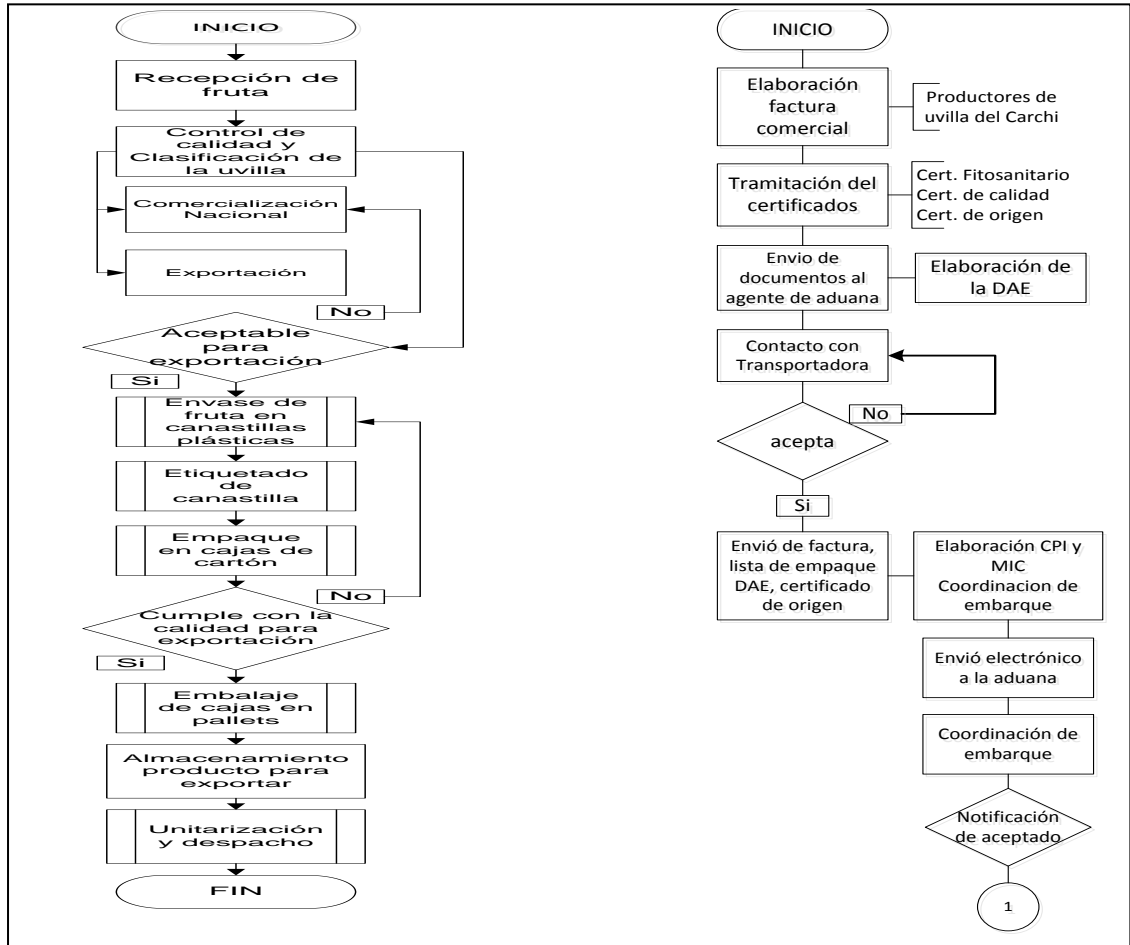
Elaborado: Jairo Guerra

### 3.2 Aspectos Técnicos

Los procesos adecuados para la realizar la correcta comercialización son:

**Gráfico N° 2**





Elaborado: Jairo Guerra

Los anteriores procesos son parte de la ingeniería del proyecto, requeridos para la compra, negociación, adecuación, documentación necesarios para la comercialización de la uvilla desde la Provincia del Cachi hasta Holanda.

### 3.3 Aspectos Logísticos

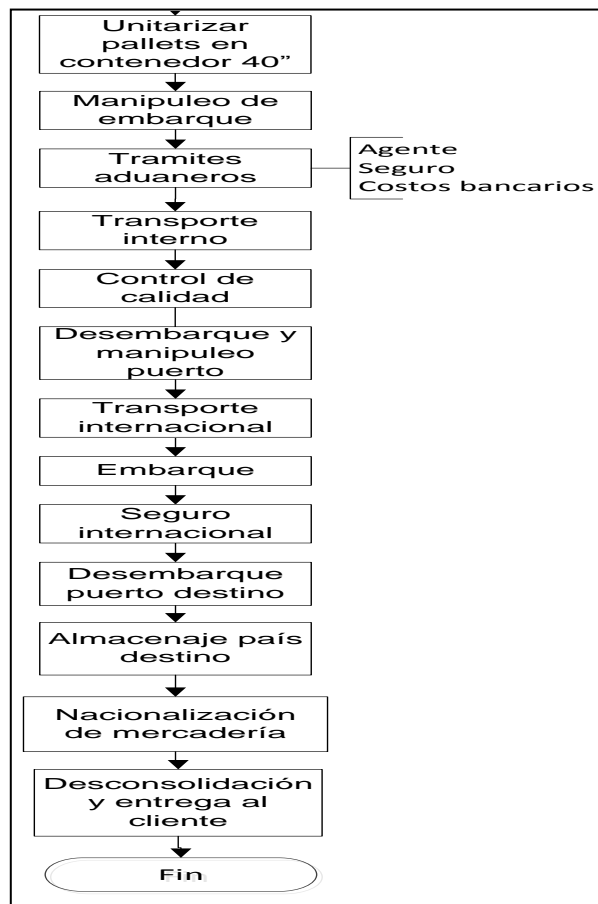
El estudio logístico se basa principalmente en la información básica del producto que permite conocer todo lo relacionado con las normas a las cuales se sujeta la uvilla en el país de destino, de igual manera en la DFI, Distribución Física Internacional de la mercadería para la exportación hacia Holanda.

**Tabla N° 2 Información Básica del Producto**

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	UNIDAD COMERCIAL	AD VALOREM	LIBERACIÓN	IVA	RÉGIMEN DE COMERCIO
081090	"Otros frutos frescos"	Kg	0%	100% Certificado de origen	21%	Libre importación

Fuente: PROECUADOR, TradeMap, Aduana de Holanda  
Elaborado por: Jairo Guerra

Gráfico N° 3



Elaborado: Jairo Guerra

### 3.4 Aspectos Financieros

El estudio financiero reflejó los resultados de toda la investigación realizada, indicando datos que permitieron analizar la viabilidad del proyecto, para adoptar la mejor decisión, que conllevo a determinar la factibilidad del proyecto de inversión.

Tabla N° 3 Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	3.465
Capital de Operación	71.014
Gastos de Constitución	4.580
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>79.059</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

La inversión total necesaria para la ejecución del presente proyecto es de 79.059,00 dólares de los cuales el 40% corresponde a capital propio, fondos destinados para la inversión en maquinarias, y otros activos fijos necesarios para la adecuación de la fruta con destino de exportación y el 60% será

financiado a través de un crédito comercial otorgado por el Banco Nacional de Fomento, La inversión inicial se encuentra constituida de la siguiente manera:

#### **Estructura con Financiamiento**

<b>Concepto</b>	<b>Participación</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	40%	31.624
Capital Ajeno	60%	47.435
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>79.059</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Jairo Guerra

Se realiza el análisis de los indicadores financieros VAN de 46.622,54, y un TIR de 22,96%, que sirven como parámetro en la toma de decisiones en relación al proyecto y se determina que VAN es positivo, descontado a un costo de capital promedio de 9,32%, debido a lo cual se establece que el proyecto es aceptable.

#### **4. Conclusiones**

Finalmente se considera pertinente las conclusiones a las que permitió llegar este trabajo de investigación:

Los hábitos alimenticios de los ciudadanos de Rotterdam, mantienen un estilo de vida saludable, lo que se convierte en una ventaja favorable para la comercialización de la uvilla, ya que se ha determinado que existe una demanda creciente de frutas frescas.

La uvilla para Ecuador está generando una gran expectativa en el comercio exterior, debido a que se proyecta con un rubro prometedor, para la inversión debido a su aceptación en el mercado internacional, también es importante señalar que debido a la competencia está expuesto a la variación de precios, lo que se reflejaría en los costos de producción.

#### **Bibliografía.**

Aduana de Holanda (2013), Barreras Arancelarias en <http://www.belastingdienst.nl>

CITTE (07/2012). *SATHIRY N°2*, - en <http://www.upec.edu.ec/citte/>

Chulde, A. (03/2013) entrevista Técnico del Departamento de Fomento Agropecuario de la Dirección de Gestión de Desarrollo Económico Local (archivo personal).

Diario El Comercio “La uvilla seca se aprecia en Alemania”, 23/02/2013 en <http://www.elcomercio.com.ec>

Diario El comercio “El cultivo de la uvilla crece en el país (13/08/2011) en <http://www.elcomercio.com.ec>

Diario La Hora “La uvilla se acomoda en el mercado internacional” (03/06/2011) en <http://www.lahora.com.ec>

Diario La Hora “La uvilla gana mercado dentro y fuera del país” (30/07/2012) en <http://www.lahora.com.ec>

Diario Hoy “Extensión del SGP da un respiro al acuerdo paralizado con la UE” (07/11/2012) en <http://www.hoy.com.ec>

FAO. (2012). *Consumo recomendado*, en [www.fao.org/estadisticas](http://www.fao.org/estadisticas).

Guayasamín, F. (2006). *Técnicas de Comercio Exterior*. Quito: Edarsi.

MAGAP. (2011). *Registro sanitario*, en [www.magap.gob.ec/servicios](http://www.magap.gob.ec/servicios).

Oficina de Estadística Europea - Eurostat -Estadísticas en <http://www.eurostat.eu>

Oficina Holandesa para Análisis de Política Económica (CPB) (2012) – Déficit Presupuestario, en <http://www.cpb.nl>

PRO-ECUADOR. (2013). Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones en <http://www.proecuador.gob.ec>

SEMPLADES (2010). Agenda Zonal para el Buen Vivir en <http://www.pnud.org.ec>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2011). Procedimiento para exportar. SENA E en <http://www.aduana.gob.ec>

Torres, R. (2006). *Teoría Del Comercio Internacional*, Buenos Aires Argentina, Ed. Siglo Veintiuno Editores, pág. 17.

Trade Map, (2013), Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas en <http://www.trademap.org>