

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Tema: “Alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad el Capulí, cantón Montúfar”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Mayra Sofía Imbaquingo Chulde

TUTOR: Msc. Gerardo Mera

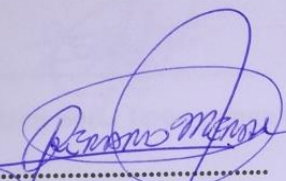
TULCÁN - ECUADOR


2018

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Mayra Sofía Imbaquingo Chulde con el número de cédula 040187759-2 ha elaborado el trabajo de titulación: “Alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad el Capulí, cantón Montúfar”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

f. 
.....
Ing. Com. Gerardo Mera Msc.
TUTOR

f. 
.....
Msc. Luis García
LECTOR

Tulcán, 02 de Agosto de 2018

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Mayra Sofia Imbaquingo Chulde con cédula de identidad número 040187759-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f. 

Mayra Sofia Imbaquingo Chulde

Tulcán, 02 de Agosto de 2018

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Mayra Sofía Imbaquingo Chulde declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad el Capulí, cantón Montúfar” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f. 

Mayra Sofía Imbaquingo Chulde

Tulcán, 02 de Agosto de 2018

AGRADECIMIENTO

A Dios, por derramar su bendición y darme la oportunidad de vivir para poder culminar uno de mis sueños tan anhelados y esperados durante todo el proceso de formación profesional.

A mi familia por ser el pilar fundamental en mi vida, por sus consejos y su apoyo incondicional durante mi carrera.

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional por abrirme sus puertas y permitirme formar como profesional.

Al Ing. Hugo Villarreal Gerente propietario de la Apícola “Villa Real” quien me brindo y apoyo con toda la información necesaria para el cumplimiento y culminación de mi trabajo de titulación.

A mi tutor Msc. Gerardo Mera y mi lector Msc. Luis García por guiarme y ayudarme con sus conocimientos para la realización y finalización de mi tesis.

A mis amigos y compañeros de vida estudiantil, gracias por su amistad, apoyo, compañerismo y experiencias compartidas en las aulas, ya que juntos superamos las adversidades que se presentaron en el transcurso de la carrera.

DEDICATORIA

Con mucho amor a mis padres Isidro Imbaquingo y Miriam Chulde quienes supieron guiarme día a día por el camino del bien y hacer de mí una persona responsable con valores, capaz de cumplir uno de mis más grandes objetivos ser una buena profesional y que gracias a sus consejos, apoyo y palabras de aliento he podido culminar mi carrera y salir adelante.

A mi compañero de vida Luis Benavides por brindarme sus palabras de aliento siempre que las necesite y por darme la fortaleza necesaria para que pueda culminar y obtener con éxito mi título profesional.

A mi hijo Mateo Benavides por darle sentido a mi vida, por ser el motor que me ha impulsado a salir adelante y sobre todo porque él me dio la fuerza necesaria para cumplir con mi sueño de ser profesional.

A mis amigos y compañeros Cintya Martínez y Dario Chunez porque con paciencia, esfuerzo, dedicación y constancia superamos las adversidades que se presentaron en el diario vivir y logramos conseguir lo que un día anhelábamos.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN.....	15
I. PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos.....	19
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS / Revisión de la literatura.....	20
2.2. MARCO TEÓRICO	26
III. METODOLOGÍA.....	35
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	35
3.1.1. Enfoque.....	35
3.1.2. Tipo de Investigación	36
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	37
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	38
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	39
3.4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	39
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	97
4.1. RESULTADOS	97
4.2. DISCUSIÓN	113
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
5.1. CONCLUSIONES	125
5.2. RECOMENDACIONES.....	125

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127
VII. ANEXOS	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedente investigativo 1.....	20
Tabla 2. Antecedente investigativo 2.....	21
Tabla 3. Antecedente investigativo 3.....	22
Tabla 4. Antecedente investigativo 4.....	23
Tabla 5. Antecedente investigativo 5.....	24
Tabla 6. Antecedente investigativo 6.....	25
Tabla 7. Antecedente investigativo 7.....	26
Tabla 8. Operacionalización de Variable Dependiente.	38
Tabla 9. Operacionalización de Variable Independiente	38
Tabla 10. Población y Muestra	40
Tabla 11. Descripción NANDINA del propóleos de abeja	40
Tabla 12. Principales destinos de las exportaciones de propóleos	41
Tabla 13. Producto Interno Bruto (PIB) miles de millones de usd.....	42
Tabla 14. Producto Interno Bruto Per Cápita en Usd.	43
Tabla 15. Tasa de interés activa %	44
Tabla 16. Tipo de cambio en \$Usd.	44
Tabla 17. Inflación % promedio anual.....	45
Tabla 18. Tasa de desempleo % de la población activa total	46
Tabla 19. Balanza Comercial (importaciones y exportaciones).	47
Tabla 20. Política Comercial	48
Tabla 21. Termómetro de Valoraciones	48
Tabla 22. Riesgo Comercial.....	49
Tabla 23. Barreras Arancelarias.....	50
Tabla 24. Barreras No Arancelarias.....	51
Tabla 25. Usuarios de Internet % de la población.	52
Tabla 26. Localización.....	52
Tabla 27. Índice de Desempeño Logístico.....	55
Tabla 28. Escala de medición matriz POAM.	55
Tabla 29. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio	56
Tabla 30. Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.	57
Tabla 31. Importación de propóleos de España (Toneladas).....	59
Tabla 32. Exportación de propóleos de España (Toneladas).....	60
Tabla 33. Producción de propóleos de España (Toneladas).....	60

Tabla 34. Precio referencial del propóleos en España.....	61
Tabla 35. Factores socioeconómicos del Ecuador.....	62
Tabla 36. Política Comercial de Ecuador.....	64
Tabla 37. Ficha Técnica del Producto.....	67
Tabla 38. Ficha de la Federación Nacional de Apicultores del Ecuador.....	69
Tabla 39. Proyección de la demanda.....	72
Tabla 40. Oferta del propóleos de abeja.....	72
Tabla 41. Proyección de la oferta.....	73
Tabla 42. Proyección de la oferta Apícola Villa Real.....	73
Tabla 43. Porcentaje de Demanda a satisfacer.....	74
Tabla 44. Información básica del producto.....	86
Tabla 45. Cálculo del cubicaje.....	87
Tabla 46. Incoterms.....	88
Tabla 47. Activos fijos.....	90
Tabla 48. Activos Diferidos.....	91
Tabla 49. Capital de Operación.....	91
Tabla 50. Inversión inicial.....	91
Tabla 51. Estructura de Financiamiento.....	92
Tabla 52. Datos Financiamiento.....	92
Tabla 53. Amortización de la deuda.....	93
Tabla 54.. Costo de Producción Proyectados.....	95
Tabla 55. Gatos Administrativos Proyectados.....	95
Tabla 56. Gastos de Ventas Proyectados.....	96
Tabla 57. Gatos de Exportación Proyectados.....	96
Tabla 58. Género.....	100
Tabla 59. Edad.....	101
Tabla 60. ¿Conoce usted el propóleos de abeja?.....	102
Tabla 61. ¿Es usted consumidor de propóleos de abeja?.....	103
Tabla 62. ¿Por qué consume propóleos de abeja?.....	104
Tabla 63. ¿Por qué no lo consume?.....	105
Tabla 64. ¿Estaría dispuesto a consumir propóleos de abeja?.....	106
Tabla 65. ¿Con que frecuencia usted adquiriría el propóleos de abeja?.....	107
Tabla 66. ¿Qué presentación le gustaría adquirir?.....	108
Tabla 67. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?.....	109

Tabla 68. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?.....	110
Tabla 69. ¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?.....	111
Tabla 70. ¿Cuál sería el envase de su preferencia?.....	112
Tabla 71. Estado de Resultados	115
Tabla 72. Flujo Neto de Efectivo	117
Tabla 73. Indicadores Financieros	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fundamentación Conceptual Variable Dependiente e Independiente.....	27
Figura 2. Análisis de la competencia durante el año 2016.	61
Figura 3. Balanza comercial de Ecuador	65
Figura 4. Macrolocalización de la Apícola “Villa Real”	75
Figura 5. Micro localización de la Apícola “Villa Real”	75
Figura 6. Espacio Físico de la Apícola “Villa Real”	76
Figura 7. Estructura Orgánica de la Apícola “Villa Real”	77
Figura 8. Diagrama de procesos de la Apícola “Villa Real”	81
Figura 9. Género Encuesta.....	100
Figura 10. Edad Encuesta	101
Figura 11. ¿Conoce usted el propóleos de abeja? Encuesta	102
Figura 12. ¿Es usted consumidor de propóleos de abeja? Encuesta.....	103
Figura 13. ¿Por qué consume propóleos de abeja? Encuesta	104
Figura 14. ¿Por qué no lo consume? Encuesta	105
Figura 15. ¿Estaría dispuesto a consumir propóleos de abeja? Encuesta	106
Figura 16. ¿Con que frecuencia usted adquiriría? Encuesta.....	107
Figura 17. ¿Qué presentación le gustaría? Encuesta.....	108
Figura 18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar? Encuesta	109
Figura 19. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto? Encuesta.....	110
Figura 20. ¿Por qué medio le gustaría recibir información? Encuesta	111
Figura 21. ¿Cuál sería el envase de su preferencia? Encuesta.....	112

RESUMEN

La presente investigación analizó las alternativas comerciales que existen para la internacionalización de propóleos de abeja producido por la Apícola Villa Real ubicada en la ciudad de San Gabriel, comunidad el Capulí, cantón Montúfar, basándose en el objetivo de intensificar las ventas del propóleos de abeja mediante la comercialización internacional, valiéndose de las necesidades que actualmente existe en la población de todos los países del mundo quienes se han inclinado por el consumo de productos naturales; uno de esos potenciales países es España, país en el que existe un significativo consumo de propóleos de abeja por los múltiples beneficios que este brinda a la salud. Por tal razón, por medio del estudio se pudo determinar nuevas oportunidades de negocio para el propóleos de abeja; con la aplicación de mecanismos de comercialización se lograra la exportación del producto y con ello la oportunidad de cubrir una parte de consumidores aun no satisfechos, y sobre todo generar ingresos, empleo y mejorar la calidad de vida de quienes se desarrollan en el sector de la apicultura en la Comunidad el Capulí. La metodología de la presente investigación posee un enfoque cuali-cuantitativo debido a que se describen todos los hechos que suceden en la Apícola Villa Real y en los países considerados como alternativas comerciales. Para recolectar la información cualitativa y cuantitativa fue esencial realizar un diagnóstico externo del entorno, esto se lo hizo mediante la aplicación de técnicas como la entrevista, la encuesta y la observación, las mismas que proporcionaron la información primaria que sustentan el desarrollo de la investigación. El principal resultado que se obtuvo es la aceptación y requerimiento del producto en la población española y sobre todo el requerimiento se da por los múltiples beneficios que este aporta al organismo del ser humano. En fin, la investigación es viable y factible de acuerdo a los datos arrojados en el estudio realizado; además, gracias a la producción y venta del producto a nivel internacional se generará mayores ingresos y rentabilidad para todas aquellas personas que se encuentran involucradas directa o indirectamente en la Apícola Villa Real.

Palabras claves: Alternativas comerciales, internacionalización, propóleos de abeja, factibilidad, rentabilidad.

ABSTRACT

This research analyzed the commercial alternatives available for the internationalization of bee propolis produced by beekeeping Villa Real located in San Gabriel City, community el Capulí, Montúfar Canton. Based on its objective related to increase the sales of bee propolis through international marketing, taking advantage of the current needs of the population all over the world who have decided to use natural products. One of those potential countries is Spain, where there is a significant consumption of bee propolis because of its many benefits for health. For this reason, through this study it was possible to determine new business opportunities for bee propolis. With the application of marketing mechanisms, the export of this product will be achieved as well as meeting the needs on behalf of not satisfied consumers. Above all generate income, employment and improvement the quality of life of those who work in the beekeeping sector in the community el Capulí. The methodology of this research has a qualitative and quantitative approach because it describes all the facts that happen in the beekeeping Villa Real and in the countries considered as commercial alternatives. To collect qualitative and quantitative information, it was essential to perform an external diagnosis of the environment. This was done by applying techniques such as interview, survey and observation, which provided the primary information which supports this research. The main result obtained was the acceptance and demand of this product in the Spanish population because of its multiple benefits for the human organism. At last, this research is viable and feasible according to the data obtained in this research. In addition, thanks to the production and sale of this product at international level it will generate higher income and profitability for all those people who are involved directly or indirectly in the beekeeping Villa Real.

Keywords: commercial alternatives, internationalization, bee propolis, feasible, profitability.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada en identificar las alternativas comerciales que permitan la internacionalización del propóleo de abeja producido en la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, cantón Montúfar. Además, la investigación de esta problemática se realizó con el propósito de buscar el mejor mercado internacional que permita la comercialización del producto.

A continuación se presenta el contenido de cada uno de los capítulos:

Capítulo I: La investigación inicia con el planteamiento del problema, porque se origina, el lugar en donde se origina el problema, como este se justifica, cuál es el objetivo general, los objetivos específicos y las preguntas de investigación que se pretenden resolver a lo largo del estudio.

Capítulo II: La fundamentación teórica abarca los antecedentes investigativos de estudios relacionados al tema de investigación. También se desarrolla el marco teórico en donde se desglosa el sustento teórico, legal y científico de la investigación.

Capítulo III: En la metodología, se detalla el enfoque, el tipo de investigación y las técnicas e instrumentos que ayudaron a la recolección de la información del estudio. También, se incluye la idea a defender como esta se verifica gracias a la operacionalización de variables y al método utilizado.

Capítulo IV: Este capítulo abarca los resultados obtenidos en la investigación de los instrumentos realizados como son la ficha de observación, la encuesta y la entrevista, realizando el respectivo análisis e interpretación de cada una de estas técnicas utilizadas. De igual manera se da a conocer la discusión la misma que señala cuales fueron los resultados obtenidos en el estudio.

Capítulo V: En capítulo V hace referencia a las conclusiones y recomendaciones que llevo la investigación al finalizar todo el estudio.

Finalmente el informe de investigación finaliza con la sección de referencias bibliográficas que sustentan la investigación y los respectivos anexos como soporte del estudio.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial se conoce que las abejas son más antiguas que el hombre, su aparición sobre la tierra ocurrió hace unos 60 millones de años, en el período terciario. La historia del consumo de la miel de abejas y sus derivados por parte del hombre se da desde hace unos 20.000 años (Laboratorio, 2012, p. 2). El propóleo de abeja es desde entonces que ha sido utilizado por diferentes culturas egipcia, griega, romana, china, hindú, persa, inca entre otras (Cabrera, 2013). Es por esto que el propóleo es usado para diversas finalidades, tanto en medicina humana como veterinaria, en la industria de alimentos y en la cosmética.

“El Ecuador es un país con atractivo potencial para la elaboración de miel de abeja y por ende la obtención de propóleos de abeja es efectivo gracias a la riqueza y diversidad de flora existente”(Nasimba, 2011, p. 22). Sin embargo la apicultura y la obtención de productos derivados de la colmena se encuentran muy poco desarrollados, por tanto no están siendo explotados de forma óptima esto debido a diversos factores, entre los principales tenemos la falta de apoyo por parte del estado y porque los productores se limitan a cosechar y comercializar el producto sin darle valor agregado que les permita diferenciarlo de la competencia y así abrir nuevos mercados.

Esto se puede evidenciar en la ciudad de San Gabriel, lo afirma el Ingeniero Agrónomo Hugo Villarreal en la entrevista del (14/03/2017), los pequeños apicultores solo hemos formado algunas microempresas o asociaciones en el norte del país las cuales están regidas por la Federación Nacional de apicultores del Ecuador, y nosotros mediante la aplicación de alternativas de producción económica no llegamos a explotar los productos propios de la zona de manera racional y óptima, por lo cual no se logra impulsar un verdadero desarrollo económico y como consecuencia no se generan fuentes de trabajo, desencadenando problemas de progreso y adelanto de la ciudad y de la provincia.

En el Cantón Montúfar, comunidad Capulí, en la microempresa “Villa Real” actualmente existe baja demanda del propóleo, principalmente por el desconocimiento del producto por parte de la población y de los múltiples beneficios que este brinda, otra causa es por no desarrollar un producto con el que la microempresa pueda diversificar su mercado e incrementar el consumo de productos naturales, esto como alternativa de crecimiento, fuente de inversión, generación de empleo directo e indirecto y sobre todo rentabilidad para la microempresa con la internacionalización del propóleo de abeja.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

“El desconocimiento de las alternativas comerciales impiden la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad el Capulí, Cantón Montúfar.”

1.3. JUSTIFICACIÓN

Es muy importante el desarrollo de esta investigación para el progreso de la provincia del Carchi, en especial del Cantón Montúfar mediante proyectos productivos orientados a cambiar la mentalidad de las pequeñas, medianas y grandes empresas que solo se han enfocado en la explotación y venta de materias primas y “con esta investigación se incentiva la elaboración de productos con valor agregado que permitan obtener ingresos favorables a través de su comercialización”(Cheza, 2013, p. 23). Además para la comercialización internacional del propóleos se requiere identificar la mejor alternativa de mercado a través de un estudio, evidenciando cual es el mercado internacional más óptimo para poder internacionalizarlo y sobre todo hacerle conocer al propietario de la microempresa la importancia de la exportación de su producto a mercados internacionales con el fin de contribuir a la rentabilidad de la Apícola Villa Real.

Dentro de los productos que necesitan ser explotados y con la finalidad de generar productos innovadores se tiene el propóleos de abeja, siendo este “una sustancia fabricada por las abejas a partir de las yemas y resinas de los árboles, que mezclan en su boca con cera y secreciones salivares obteniendo así esta magnífica y curativa sustancia”(Lesur, 2002, p. 80). Esta sustancia rica en vitaminas, aminoácidos esenciales, resinas, bálsamos que brindan numerosos beneficios para la salud del hombre, es usado en la farmacéutica, cosmética y en la industria alimenticia por sus propiedades; este producto reúne todas las condiciones favorables para satisfacer las necesidades del consumidor internacional.

También la investigación se considera de gran importancia ya que “la demanda de consumidores a nivel mundial se orienta a preferir productos que no perjudique su salud”, tal y como lo afirma Global New Product Innovation Survey (Martínez, 2015). Por tal motivo es importante la internacionalización de productos naturales como el propóleos de abeja hacia nuevos mercados, siendo este un producto creativo, innovador y competitivo a nivel nacional e internacional apoyando al cambio de la matriz productiva.

Según datos estadísticos del centro de estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Trade Map (Map, 2016): Francia consumió en el año 2016, 342 TN, con una participación del 1,2 % de importaciones de propóleos, su consumo per cápita es de 1,4 kg, afirmando según (Exporta, 2013, p. 8) que “la producción de miel en Francia solo abastece el 40% de la demanda nacional y más del 60% del propóleos presente en el mercado es de importación” ; sirviendo este producto para consumo y para el sector industrial.

Entre los impactos que genera este proyecto de investigación se encuentra el económico-social debido a que no solo se encamina a la reactivación económica del sector Apícola, sino también a contribuir con una alternativa de ingreso económico y con ideas que conlleven al mejoramiento y progreso del empresario y su familia, a través de la elaboración y comercialización de un nuevo y mejor producto.

Este proyecto generara un impacto ambiental positivo debido a que: “La apicultura es una herramienta más en la conservación de la naturaleza, y no puede verse excluida de los planes de conservación de especies, ecosistemas, reforestación y conservación de suelos”. (Orantes, 2013). Es decir que la apicultura es un tipo de agricultura no contaminante, que ofrece múltiples beneficios y no se produce ningún tipo de daño a la naturaleza.

Es así que este proyecto de investigación se va a desarrollar con el propósito de beneficiar directamente al propietario de la Apícola Villa Real la cual está ubicada en la provincia del Carchi, Cantón Montúfar, comunidad de Capulí, porque de esta manera se incentiva a obtener una mayor producción y comercialización de un producto competitivo a nivel nacional e internacional, contribuyendo así el comercio de la provincia y generando desarrollo del cantón. Entonces la investigación se inicia con el objetivo de resolver la problemática local, en lo referente a la búsqueda de alternativas comerciales para la internacionalización del propóleos de abeja.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Determinar la alternativa comercial para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real ubicada en la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las alternativas comerciales y la internacionalización.
- Diagnosticar las alternativas comerciales de demanda que permitan la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real ubicada en la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.
- Diseñar un estudio de factibilidad para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real ubicada en la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.

1.4.3. Preguntas de Investigación

1. ¿Existe la información necesaria para el desarrollo de la investigación?
2. ¿Cuáles son los mercados internacionales que están demandando el propóleos de abeja?
3. ¿Cuál es el mercado internacional más óptimo para internacionalizar el propóleos de abeja. ?
4. ¿Qué beneficios obtendrá la Apícola Villa Real con la presente investigación?
5. ¿Es factible internacionalizar el propóleos de abeja?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tabla 1. Antecedente investigativo 1.

AUTOR / AÑO	Meylin Pacheco Fernández, Yordany Landa de Saá, 2016.
TEMA	Cadena de valor apícola en cuba: propuestas para estrategia de valorización de las exportaciones.
OBJETIVO	Incrementar el valor por la vía de la diferenciación de la miel, aumentando la calidad percibida por el cliente y aprovechando los productos y servicios secundarios.
CONCLUSIÓN	<p>La apicultura cubana tiene una capacidad productiva limitada, tanto por el potencial melífero, como por el parque de colmenas existente. Aunque produjese al máximo de sus capacidades, con los mejores rendimientos por colmena y estándares mundiales, sus posibilidades para competir como proveedor de grandes volúmenes son muy remotas.</p> <p>Dentro de las principales vías para incrementar el valor por la vía de la diferenciación de la miel cubana, se encuentra el aprovechamiento de los productos y servicios secundarios como: el propóleos, la jalea real, el veneno de abejas, abejas reinas para exportar, entre otros.</p>
RECOMENDACIÓN	En principio, debiera lograrse que la exportadora actuara como verdadero líder de la comercialización. Ello puede contribuir a incrementar los ingresos inmediatamente por concepto de primas; apoyar a mediano y largo plazo, una estrategia de diferenciación del producto de origen cubano y mejorar la posición en las negociaciones con los clientes.
ANÁLISIS	Es muy importante que los productores apícolas exploten de forma racional y optima la materia prima con el fin de brindar productos competitivos al mercado internacional. Este artículo científico aporta en mi investigación por el análisis que se realiza en el sector de la miel para ofrecer productos con valor agregado y lograr satisfacer las necesidades de mercados internacionales.

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Pacheco Fernández, M., Landa de Saá, Y. (01/10/2016). Cadena de valor apícola en cuba: propuestas para estrategia de valorización de las exportaciones. Estrategia de valorización de las exportaciones, volumen 7 (número 2), pp.140. ISSN: 2528-7869.

Tabla 2. Antecedente investigativo 2.

AUTOR / AÑO	Jorge Aníbal Restrepo Morales; Juan Gabriel Vanegas López, 2015.
TEMA	Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa
OBJETIVO	Analizar la capacidad de internacionalización de las pymes en términos de recursos, habilidades y capacidades para desarrollar estrategias que permitan participar de la nueva dinámica en una forma apropiada.
CONCLUSIÓN	En este trabajo se propone un marco lógico que integra variables lingüísticas para definir la capacidad de internacionalización como talento humano, infraestructura, estrategias de innovación, acuerdos de libre comercio, finanzas y estrategias de marketing; se construyó un FIS para modelar los determinantes del éxito de internacionalización considerando las variables lingüísticas - cualitativas y cuantitativas- que se consideran más relevantes para explicar cada factor considerado. El modelo propuesto se aplica como caso de estudio para una prueba piloto de 13 empresas del sector textil/confección en Medellín (Colombia).
RECOMENDACIÓN	El modelo descrito puede complementarse con estudios de capacidad de gestión administrativa y tecnológica, así como también con el análisis de recursos externos para un claro enfoque en el mercado internacional. Según lo descrito, la versatilidad de los sistemas de lógica difusa presenta un importante espectro de servicios para el sector académico y empresarial vinculado con propuestas innovadoras para direccionar temáticas con un alto grado de inexactitud.
ANÁLISIS	Este artículo brinda un criterio de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, la cual tiene impactos positivos

	en su nivel de productividad, la calidad del empleo, el nivel de los salarios y la incorporación de innovación.
--	---

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Restrepo Morales, J. A., Vanegas López, J. G., (20/08/2015). Contaduría y Administración. Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa, volumen 60 (N° 04), pp.28. ISSN: ISSN 0186-1042

Tabla 3. Antecedente investigativo 3.

AUTOR / AÑO	María de Lourdes Delgado Aceves, Jesús Ángel Andrade Ortega y Carlos Alberto Ramírez Barragán, 2015.
TEMA	Caracterización fisicoquímica de propóleos colectados en el Bosque La Primavera Zapopan, Jalisco
OBJETIVO	Determinar la caracterización fisicoquímica de propóleos y de su extracto etanólico, de Apis melífera colectados en la región Zapopan, Jalisco, México.
CONCLUSIÓN	El estudio que se presenta constituye la primera descripción fisicoquímica de propóleos procedente del Bosque La Primavera, en el que la muestra analizada presenta características ubicadas dentro de los parámetros establecidos en la norma Ramal Cubana 932-88, en función de los cuales se considera que tiene un gran potencial para desempeñar actividad biológica y, por lo tanto, tener aplicaciones en el área de la salud.
RECOMENDACIÓN	Los autores desean expresar al Mtro. Rafael Ordaz Briseño por las facilidades otorgadas en el muestreo de propóleos en el apiario del Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias (CUCBA) de la Universidad de Guadalajara.
ANÁLISIS	El propóleos es un producto de origen natural que brinda grandes beneficios en el uso de la industria farmacéutica, cosmética, alimenticia y sobre todo en el área de la salud por las propiedades antimicrobianas, antifúngicas, antivirales y antiparasitarias que se le atribuyen a este producto, también denominadas como actividad biológica o simplemente bioactividad

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Delgado Aceves, M. L., Andrade Ortega, J. A., & Ramírez, Barragán, C.A. (04/ 2015) Ciencias Forestales. Caracterización fisicoquímica de propóleos colectados en el Bosque La Primavera Zapopan, Jalisco, volumen 6 (N°28), pp. 87. ISSN 2007-1132

Tabla 4.Antecedente investigativo 4.

AUTOR / AÑO	Juan Gabriel Vanegas, Jorge A. Restrepo. 2016
TEMA	Factores que afectan el posicionamiento de productos en el exterior.
OBJETIVO	Determinar los factores internos y externos que inciden en las exportaciones.
CONCLUSIÓN	El propósito de este artículo fue identificar y evaluar los factores que inhiben el posicionamiento de los productos exportables del sector floricultor antioqueño en los mercados internacionales, en particular Estados Unidos, Canadá, Reino Unido y Japón. La investigación revela cómo la escasa visión gerencial limita fuertemente la consolidación y expansión de este tipo de productos, seguida del recurso humano especializado y los costos de transporte y la logística. El diagnóstico del sector floricultor, calificado a través de la percepción de empresarios y gremios, permitió jerarquizar los factores de acuerdo con su importancia relativa y cuantificar su impacto para los principales mercados destino de exportación.
RECOMENDACIÓN	La principal limitación subyace en la carencia de un registro sistemático de información histórica, no solo en empresas del sector floricultor sino para el parque industrial en general, razón por la que se recurre a estudios de corte no paramétrico, para determinar las limitaciones del proceso exportador.
ANÁLISIS	Es muy importante conocer todos los factores a nivel interno en el mercado nacional y nivel externo en el mercado internacional que afectan el posicionamiento de productos en el exterior y no permitan su comercialización.

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Vanegas, J.G., Restrepo, J.A. (06/ 2016). Ciencias Sociales y Humanas. Factores que afectan el posicionamiento de productos en el exterior, volumen 16 (N°30), pp 16. ISSN 1657-8953

Tabla 5.Antecedente investigativo 5.

AUTOR / AÑO	Camilo Mejía Reátiga, Carlos Javier Velásquez, Marjorie Zúñiga, Verónica Torres, 2016.
TEMA	Internacionalización responsable.
OBJETIVO	Determinar y describir la manera como los tratados de libre comercio, suscritos por Colombia con Estados Unidos y Canadá, promueven la creación de prácticas de responsabilidad social en las grandes empresas, en particular, las ubicadas en el distrito de Barranquilla, que exportan hacia dichos países.
CONCLUSIÓN	Es dable afirmar que el Pacto Mundial es, sin duda, un instrumento que incorpora, con enorme acierto, gran amplitud y extensión, la protección de los derechos humanos, los derechos laborales, el cuidado del ambiente y la lucha contra la corrupción. A pesar de lo anterior, no se verifica vinculación legal alguna de este instrumento en el cuerpo de los tratados de libre comercio.
RECOMENDACIÓN	Es imperante avanzar en la comprensión de las relaciones entre los tratados internacionales, su efecto desde la perspectiva del Pacto Mundial en las operaciones empresariales y la conceptualización que se puede inferir de una realidad sujeta a investigación empírica. Por tal razón, el siguiente paso lógico sería hacer un estudio en terreno que permita entender si estas remisiones explícitas e implícitas de los tratados de libre comercio al Pacto Mundial motivan acciones o iniciativas de responsabilidad social que necesitarían una cualificación posterior, objeto de otra investigación.
ANÁLISIS	Para internacionalizar un producto de forma responsable se debe conocer las necesidades de los clientes para brindar un producto que satisfaga sus necesidades, es importante adaptarse a la

	realidad cultural del lugar al que se enviara el producto y sobre todo no destrozarse la naturaleza al explotar un producto sin las precauciones correspondientes.
--	--

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Mejía Reátiga, C., Velásquez, C. J. Zúñiga, M. & Torres, V. (05/2016). Internacionalización responsable. Internacionalización responsable: una perspectiva desde los TLC, volumen 18 (N°01). pp. 38. ISSN: 0124-0579. Doi: <http://www.dx.doi.org/10.12804/esj18.01.2016.07>

Tabla 6. Antecedente investigativo 6.

AUTOR / AÑO	Julio Andrés Pucuna Vacacela, 2015.
TEMA	Oportunidades de mercado internacional y la comercialización de mermelada de mora desde la parroquia Maldonado-Carchi-Ecuador.
OBJETIVO	Determinar cómo las oportunidades de mercado Internacional inciden en la comercialización de mermelada de mora desde la parroquia Maldonado-provincia del Carchi
CONCLUSIÓN	Con la información recolectada de los productores de mora por parte del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) se puede considerar que existe oferta suficiente de materia prima desde la Parroquia Maldonado Provincia del Carchi para poder industrializar.
RECOMENDACIÓN	Es conveniente realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de la mora de castilla con un valor agregado para satisfacer en parte la demanda de Puerto Rico.
ANÁLISIS	Es importante investigar e indagar las distintas oportunidades o alternativas comerciales que se presenten para un producto porque así podemos conocer la demanda que existe de nuestro producto en otros países.

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Pucuna Vacacela, J. (2015). Oportunidades de mercado internacional y la comercialización de mermelada de mora desde la parroquia Maldonado-Carchi-Ecuador. (Trabajo de Titulación de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, Universidad Politécnica Estatal del Carchi). Recuperado de <http://www.repositorioupec.edu.ec/bitstream/123456789/428/1/342%20oportunidades%20de%20mercado%20internacional%20y%20la%20comercializaci%7Bon%20de%20mermelada%20de%20mora%20desde%20la%20parroquia%20Maldonado.pdf>

Tabla 7.Antecedente investigativo 7.

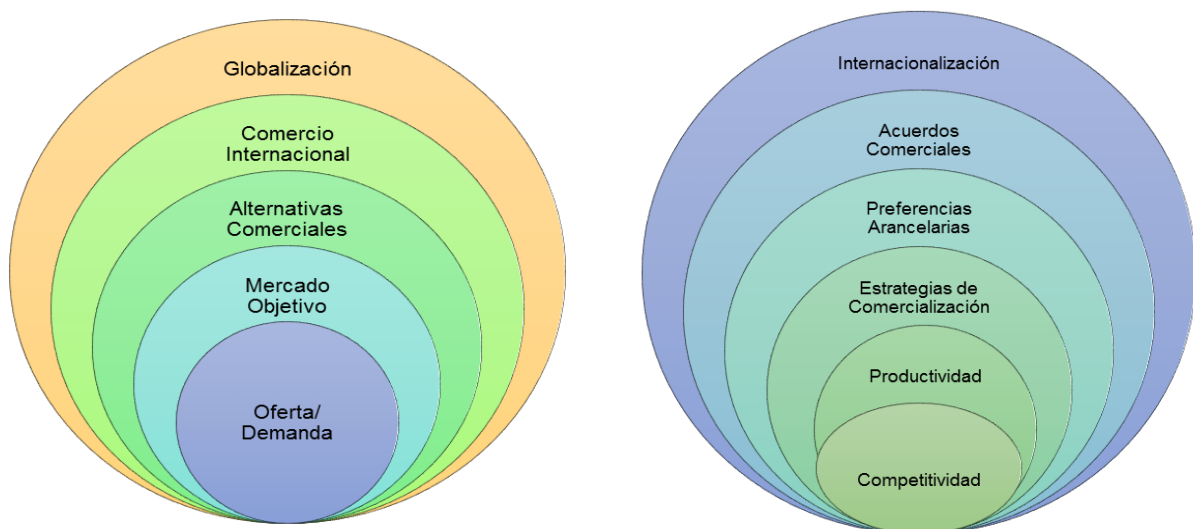
AUTOR / AÑO	Oyagata Anrango, María Cristina; Yacelga Guaján, Jessica Maribel, 2015.
TEMA	Alternativas de mercado internacional para la negociación de miel de la Asociación de Apicultores de Cotacachi.
OBJETIVO	Investigar las alternativas de mercado para la exportación de miel de abeja de la Asociación de Apicultores de Cotacachi (ASOPROAC) con la finalidad de potenciar su cartera de negocios.
CONCLUSIÓN	Después de haber realizado la investigación de mercados de los principales países importadores de miel, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Japón y Francia. Tomando en cuenta variables como: hábitos de consumo de miel, nivel de consumo, temporada de mayor demanda, además se analizó los indicadores económicos de cada uno de los ellos. Se determinó que el país norteamericano es el mercado meta para la exportación de miel ya que obtuvo 50 puntos en la matriz de selección de mercados, mientras que los otros países obtuvieron puntajes menores.
RECOMENDACIÓN	La asociación de apicultores de Cotacachi debe adaptar el producto a las necesidades y requerimientos del mercado meta, en cuanto a inocuidad del producto, etiqueta y envasado. Evitando inconvenientes en el ingreso de la miel a Estados Unidos y asegurar que los clientes se sientan satisfechos con el producto.
ANÁLISIS	Es importante conocer los principales países importadores de miel y sus derivados conocer porque estos países consumen este tipo de productos, el nivel de consumo y sobre todo el nivel de demanda que tienen estos productos por ser innovadores.

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Oyagata Anrango, M. C., Yacelga Guaján, J. M. (2015) Alternativas de mercado internacional para la negociación de miel de la Asociación de Apicultores de Cotacachi. (Título de Ingeniera en Comercio Exterior y Finanzas, Universidad De Otaválo). Recuperado de <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/52000/36/1/UO-PG-CEF-2015-03.pdf>

2.2. MARCO TEÓRICO

Figura 1. Fundamentación Conceptual Variable Dependiente e Independiente.



Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

2.2.1. Globalización.- La globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura. En las últimas décadas, esta integración mundial ha cobrado velocidad de forma espectacular debido a los avances sin precedentes en la tecnología, las comunicaciones, la ciencia, el transporte y la industria. (ONU, 2015, p. 4)

2.2.1.1 Factores que influyen en el crecimiento de la globalización.-

La mayoría de analistas citan los siguientes siete factores:

1. Aumento en la tecnología y en su aplicación.
2. Liberalización del comercio transfronterizo o exterior y movimiento de recursos.
3. Desarrollo de servicios que apoyan el comercio internacional.
4. Crecientes presiones del consumidor.
5. Aumento de la competencia global.
6. Cambio de las situaciones políticas.
7. Cooperación internacional ampliada. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, p. 7)

Estos factores están interrelacionados y cada uno merece un análisis detallado.

2.2.1.2 Importancia de la globalización en el comercio internacional.- La globalización es un proceso importante porque la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. Así, los modos de producción y de movimientos de capital se configuran a escala planetaria. (García & Rosales, 2012)

Entonces en la actualidad gracias a la globalización se puede obtener mayor cantidad de bienes y servicios de mejor calidad y a precios más bajos, porque el proceso de la globalización ha llegado a influir hasta el punto de conectar proveedores, distribuidores y mercados de todo el mundo mediante el uso de los negocios internacionales, y esto conlleva a generar en el mercado empresas más productivas y competitivas a través del aprovechamiento de las herramientas tecnológicas existentes.

2.2.2 Comercio Internacional.- “estudia las causas de los intercambios de bienes y servicios que se da entre las empresas de los diferentes países en su interés por satisfacer las necesidades de bienes escasos” (De la Hoz Correa, 2013, p. 15).

Según (Huesca, 2012, p. 14) menciona:

El comercio internacional, se define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales.

El comercio internacional es el actor principal en el crecimiento de la economía mundial y un factor importante de la globalización, esto se da gracias a que se realiza el intercambio de bienes y servicios entre las distintas empresas que requieren satisfacer la necesidad de los mercados que desean adquirir bienes que no poseen o están escasos en su país.

Además es importante conocer que en la Constitución de la República del Ecuador ampara a las exportaciones en el: “Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal” (Constitucion, 2008, p. 146).

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones se fundamenta en el:

Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno. (COPCI, 2010, p. 50)

2.2.2.1 Importancia del comercio internacional.- según menciona (Huesca, 2012, p. 15) el comercio internacional “es importante en la medida que contribuye a aumentar la

riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que medimos a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente”.

El comercio internacional es un factor que genera dinamismo dentro del país y en la economía de las empresas porque estas a través de la constante innovación tienen la oportunidad de especializarse en los productos o bienes que mejor saben hacer con el fin de ser más productivas, competitivas y eficientes a la hora de ofertar sus productos internacionalmente.

2.2.3 Alternativa comercial.- es una opción para que los empresarios conozcan el ambiente internacional que los rodea para, de esta forma, buscar internacionalizar los productos de su empresa, la competitividad y la oportunidad de explorar nuevos mercados. Las empresas deben tener pleno conocimiento de la situación política, diversidad de mercados y riesgos de los países con los que se piensa establecer negocios, para así estudiar si esta situación le afecta o no y si es preciso entablar la negociación. (Domínguez Fernández, 2014)

Encontrar la mejor alternativa comercial es muy importante para una empresa, ya que a través de esta se puede establecer las formas de comercialización, conocer el entorno político, económico, legal y económico al que se enfrenta con cada uno de los socios comerciales con los que se pretende negociar.

2.2.4 Mercado.-

El mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales que tienen una determinada necesidad y/o deseo, dinero para satisfacerlo y voluntad para hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un determinado producto para satisfacer las necesidades y/o deseos de los compradores mediante procesos de intercambio, los cuales constituyen la oferta. Ambos, la oferta y la demanda son las principales fuerzas que mueven el mercado. (Thompson, Promonegocios. net, 2015)

El mercado es el lugar en donde se concentran los ofertantes y los demandantes con el objetivo de realizar el intercambio de bienes y servicios a un precio establecido.

2.2.4.1 Mercado Objetivo.- “El mercado objetivo es un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico y socioeconómico al cual nosotros queremos ofrecerles un producto o servicio” (Vittori, 2013)

En el desarrollo de esta proyecto se identifican 3 mercados objetivos como son España, Japón y Francia considerándolos como los mercados más apropiados para la internacionalización del propóleos de abeja, debido a que estos países pueden permitir el

acceso de este producto convirtiéndolos en mercados atractivos para la comercialización de este producto.

2.2.4.2 Beneficios de conocer el mercado objetivo.- Con Una investigación de mercado se puede analizar el mercado objetivo y así poder conocer las necesidades que este tiene, además gracias a este tipo de investigaciones constantes no solo se puede definir el mercado al cual se va a dirigir el producto sino también se puede llegar a identificar nichos de mercado, nuevos mercados, las tendencias, los gustos y cambios en el comportamiento del consumidor que a través de la aplicación de la innovación y la creatividad se puede llegar a comercializar un producto de mejor calidad y más competitivo. (Pineda, 2013)

2.2.5 Oferta.- Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, autores del libro "Marketing", plantean la siguiente definición "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." (Thompson, Promonegocios, 2006)

2.2.6 Demanda.- es la acción que ejercen los compradores o consumidores que buscan satisfacer sus necesidades a través de la adquisición de bienes y servicios en el mercado. En este sentido, demandar significa comprar, consumir, o adquirir bienes, servicios o factores en un mercado determinado (Oroche, 2012, p. 1).

2.2.7 Internacionalización.- es un proceso que no trata de tener una presencia puntual en algún otro país, sino de estar completamente asentado en la economía de esos países. Hay que tener la estrategia bien definida en el mercado local y entender que los mercados internacionales aportan otras variables a la posibilidad de éxito del producto o servicio: temas culturales, los requisitos sanitarios, ambientales, normas técnicas y reglamentaciones en los productos. (Empresarial, 2014)

2.2.7.1 Las razones que explican que las empresas se internacionalicen según(AMEC, 2012) son:

- Aumentar la independencia de los ciclos económicos del mercado local
- Acceder a un mercado más amplio
- Mejorar la imagen
- Obtener mayor rentabilidad

- Aumentar la capacidad productiva
- Diversificar riesgos comerciales y de aprovisionamiento
- Disminuir costes aumentando la eficiencia productiva

Tomando en cuenta estos aspectos es muy importante que una empresa utilice la estrategia de internacionalización para acceder a un mercado más amplio que le permita obtener mayor rentabilidad, pero para esto la empresa debe conocer las oportunidades y amenazas del producto tanto en el mercado de origen como en el de destino. Y para que el proceso de internacionalización sea exitoso en la empresa se requiere planificar, gestionar, cumplir a cabalidad con las normas técnicas, requisitos y reglamentaciones en el país elegido para la comercialización del producto.

2.2.7.2 Preferencia arancelaria.- Son beneficios arancelarios que aplican los países en función a los convenios internacionales firmados entre los mismos. Y se dividen en 3 tipos: Unilaterales, Bilaterales y Multilaterales. (Chica, 2013).

Los diferentes países a los que se pretende llegar con el propóleo de abeja brindan beneficios arancelarios, dando de esta manera una mayor oportunidad para internacionalizar el producto obteniendo así una mejor y mayor rentabilidad al comercializarlo en este mercado extranjero.

Estas preferencias arancelarias se fundamentan legalmente gracias a los tratados y convenios internacionales que posee el Ecuador los cuales según (Andina, 2016):

CAN: Ecuador es país miembro de la Comunidad Andina de Naciones, y en este marco pertenecen a una zona libre de comercio, Estas condiciones permiten que los productos ecuatorianos puedan ingresar al mercado extranjero en situación preferencial. SGP Plus Sistema Generalizado de Preferencias: la Unión Europea otorga preferencias arancelarias a los países en desarrollo para incentivar el desarrollo sostenible, la protección a los derechos humanos, la protección ambiental, la lucha contra las drogas ilícitas.

2.2.8 Productividad.- “es todo crecimiento en producción que no se explica por aumentos en trabajo, capital o en cualquier otro insumo intermedio utilizado para producir” (Galindo & Ríos, 2015, p. 2)

La productividad se fundamenta en la Constitución de la República del Ecuador en los artículos:

Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos: Numeral 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional. (Constitucion, 2008, p. 139)

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad: Literal 3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir. (Constitucion, 2008, p. 173)

En el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI) fundamenta a la productividad legalmente en sus artículos: “Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado” (COPCI, 2010, p. 4)

2.2.8.1 Importancia de la Productividad.- en una empresa es importante desarrollar productividad porque a través de esta se crea ventaja competitiva y comparativa las cuales permiten a la empresa brindar un producto de calidad llegando así a obtener ganancias y sobre todo crecimiento empresarial. (Bonilla, 2012)

En esta investigación se usa la teoría de la ventaja Competitiva de Michael Porter que menciona “La sensibilización para generar ventaja a través del intercambio de información y conocimientos para fortalecer las economías de las empresas a través de los recursos humanos, cada vez más especializados.” (Luna, 2008, p. 27). Y la teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo menciona “La teoría resultante, es en donde un país se especializa en lo que puede producir de modo más eficiente, sin importar si otros países pueden producir o no los mismos bienes más eficientemente” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, p. 225).

Según estos enunciados las empresas se deben especializar en la exportación de bienes y servicios que poseen mayor ventaja comparativa y competitiva frente a otras empresas, es por eso que desde esta perspectiva nace la necesidad de internacionalizar el propleos de abeja de la Apicola Villa Real.

2.2.9 Competitividad: El Foro Económico Mundial que ha medido la competitividad entre países desde 1979 la define como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”. (Oliver, 2016)

La empresa Villa Real se creó con el propósito de aprovechar y potenciar las actividades de producción y comercialización de propóleos, fundamentándose en la Ley de Economía Popular y Solidaria, en sus Artículos:

Art. 1.- Definición.- Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (LOEPS, 2012)

Art. 2.- Ámbito.- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento. (LOEPS, 2012)

2.2.10 Propóleos de abeja: El propóleos es una sustancia resinosa, balsámica, de color verde pardo, castaño o incluso casi negro (dependiendo de su origen botánico), sabor acre, frecuentemente amargo, y olor agradable y dulce, de forma que, cuando se quema, exhala una fragancia de resinas aromáticas. (Perez & Fuencisla, 2008)

2.2.10.1 Características del Propóleos de abeja: “El color del propóleos depende de la fuente de la que haya sido obtenido, siendo el más común marrón oscuro. A temperatura ambiente (20 °C), el propóleos es pegajoso y a temperaturas menores solidifica” (Española, 2014).

2.2.10.2 Composición del propóleos: Referente a su composición, ésta es variable según su origen botánico, pero básicamente está constituido por:

- ✓ Resinas y bálsamos, 50-60%
- ✓ Ceras, 30-40%
- ✓ Aceites esenciales y aromáticos, 7-10%
- ✓ Polen, 5%
- ✓ Compuestos flavonoides.
- ✓ Crisína (da el color característico a la cera y al propóleos).
- ✓ Ácidos fenólicos: ácido benzoico, ácido cafeico, ácido ferúlico, ácido cinámico, y ácido cumárico.
- ✓ Cumarina
- ✓ Sustancias minerales y microelementos: Pb, Ni, Ag, Fe, Zn.

- ✓ Vitaminas: provitamina A y algunas vitaminas del grupo B como la B3. (Perez & Fuencisla, 2008)

2.2.10.3 Propiedades medicinales del propóleo:

- ✓ Antioxidante
- ✓ Antibacteriano
- ✓ Antivírico
- ✓ Antiinflamatorio
- ✓ Analgésico
- ✓ Inmunoestimulante
- ✓ Remineralizante
- ✓ Antialérgico
- ✓ Anestésico
- ✓ Antitumoral (Naturalia, 2012)

Es importante que para la producción y comercialización del propóleo de abeja la Apícola Villa Real tome en cuenta lo establecido en la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor que legalmente regula los derechos de los consumidores, procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes según los artículos:

“Art 4.- Literal 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos” (LODC, 2011, p. 3)

Y para la comercialización del producto propóleo de abeja es importante tener en cuenta lo que manifiesta el artículo:

Art. 65 El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. (LODC, 2011, p. 20)

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

“Hernández, Fernández y Baptista en su obra metodología de la investigación, sostienen que todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 10)

Enfoque Cualitativo:

Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 7)

Este tipo de enfoque a través de la recolección de datos se usó con el fin de describir las características y cualidades del propóleo de abeja; diagnosticar la situación actual del país de origen como de destino; establecer el perfil del consumidor, conocer las cualidades del mercado de destino, determinar si el producto cumple o no con las características que el mercado de destino requiere y todos los factores que permitan obtener información útil para el desarrollo de la investigación.

Enfoque Cuantitativo:

Representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 4)

Este enfoque se aplicó en la investigación con el fin de analizar e interpretar datos estadísticos de la oferta y demanda de las alternativas comerciales para el propóleos de abeja, conocer la demanda insatisfecha del mercado de destino, recopilar información acerca de la balanza comercial, exportaciones e importaciones en el país de origen y de destino, establecer el mercado objetivo con la demanda insatisfecha y la situación económica actual del mercado que permita la internacionalización de propóleos de abejas.

3.1.2. Tipo de Investigación

Descriptiva:

Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p. 80)

Este tipo de investigación ayudo a ampliar el conocimiento de las variables objeto de estudio, permitiendo conocer los gustos, costumbres, actitudes, y preferencias del propóleos de abeja, describir la situación del entorno para identificar la relación que existe entre las dos variables e identificar el impacto que tiene la internacionalización del propóleos en el desarrollo económico del sector de la Apicultura.

Explicativa:

Está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, p.86)

La investigación explicativa se aplicó para manifestar la relación de la variable internacionalización con la variable alternativas comerciales a través del análisis de datos estadísticos y de información secundaria debidamente fundamentada.

3.2. IDEA A DEFENDER

Determinar la factibilidad que permite la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.

Variable Dependiente: Internacionalización

Variable Independiente: Alternativas Comerciales

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 8. Operacionalización de Variable Dependiente.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
INTERNACIONALIZACIÓN	Comercio Exterior	Factores políticos	Fichaje	Ficha 002
		Factores legales (Medidas arancelarias y no arancelarias)	Fichaje	Ficha 002
		Factores socioeconómicos	Fichaje	Ficha 002
		Producto	Fichaje	Ficha 006
			Entrevista	Formulario 001

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Tabla 9. Operacionalización de Variable Independiente

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
ALTERNATIVAS COMERCIALES	Viabilidad	Factores políticos	Fichaje	Ficha 003 Ficha 004 Ficha 005
		Factores legales	Fichaje	Ficha 003 Ficha 004 Ficha 005
		Factores socioeconómicos	Fichaje	Ficha 003 Ficha 004 Ficha 005
		Factores geográficos	Fichaje	Ficha 003 Ficha 004 Ficha 005
		Factores tecnológicos	Fichaje	Ficha 003 Ficha 004 Ficha 005
		Oferta	Encuesta	Formulario 002
		Demanda	Fichaje	Ficha 001
	Estudio de factibilidad	Estudio Técnico	Encuesta Fichaje	Formulario 002 Ficha 001 Ficha 003 Ficha 004 Ficha 005 Formulario 001
		Estudio de Mercado		
		Estudio Financiero	Entrevista	

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

En la investigación se ha considerado el siguiente método.

Estudio poblacional o No experimental: es el proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

Con el fin de llevar a cabo la investigación, para la obtención de la información primaria se aplicó la entrevista estructurada al representante de la Apícola “Villa Real” en donde se obtuvo datos importantes, tales como, proceso y capacidad de producción, precios, normativa, tipo de estructura organizacional y la comercialización de propóleos de abeja; además se pudo definir el tamaño de la muestra de la población a quienes se les aplicó un cuestionario con el que se obtuvo toda la información primaria referente al producto, precio, plaza y promoción; y la obtención de información secundaria se la realizó a través del fichaje y la observación con el análisis de documentación bibliográfica y linkografico de fuentes confiables con los que se pudo obtener datos estadísticos para ser analizados e interpretados y realizar una mejor elección del mercado.

3.4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: Para (Arias, 1996, pág. 32) “la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, esta queda delimitada por el problema y los objetivos de estudio”. El autor hace referencia a la población como un elemento con características en común que se delimitan de acuerdo a los objetivos planteados en el problema de la investigación; del cual se realizaran las conclusiones de la misma.

Para la investigación la población está conformada por la población económicamente activa de los países posibles como alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja, como son Japón, España y Francia, se tomara como referencia documentos y fuentes secundarias confiables, con datos estadísticos que ayudaran al desarrollo de la investigación.

Tabla 10. Población y Muestra

FICHA 001. GRUPO DE ESTUDIO POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (EDAD 18-65 AÑOS)							
PAÍSES	JAPÓN			ESPAÑA		FRANCIA	
SEGMENTO DESAGREGADO	Género	%	Población	%	Población	%	Población
	Hombres	56,71%	37671069	53,7%	12303551	53,03%	16104102
	Mujeres	43,29%	28756491	46,30%	10608090	46,97%	14263806
POBLACIÓN TOTAL		100,00%	66427560	100,00%	22911641	100,00%	30367908
La recolección de información de los mercados internacionales como son Japón, España y Francia se basó en fuentes secundarias pertinentes y validadas, ya que la obtención de información de fuentes primarias cuenta con elevados costos.							
Fuente: Banco Mundial (2017)							
Elaborado por: Imbaquingo Sofía							

3.4.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Para el desarrollo de la investigación se determinaron tres principales países, basándose en estadísticas del (ITC, 2018) se obtuvo la información que actualmente Francia, España y Japón están importando en mayor cantidad el propóleo de abeja, además se analizó a estos países como posibles alternativas comerciales que al final del estudio del perfil de oportunidades y amenazas del entorno (POAM) se decide cual presenta la mejor oportunidad de mercado para la internacionalización del propóleo.

La identificación de los mercados se hizo a través de fuentes estadísticas que presentan la evolución de la exportación del producto (propóleo), para ello se tomó en cuenta el destino y las toneladas exportadas desde enero del 2012 a diciembre del 2017 para la siguiente subpartida NANDINA:

Tabla 11. Descripción NANDINA del propóleo de abeja

Subpartida NANDINA	Descripción NANDINA
0410.00.00.00	El propóleo es clasificado en esta partida como producto comestible de origen animal no expresado ni comprendido en otra parte.

Fuente: Aranceles Ecuador (2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

A continuación se detallan los 3 principales destinos de exportación del propóleo de abeja según datos del Trade Map.

Tabla 12. Principales destinos de las exportaciones de propóleos

PAÍS	TONELADAS EXPORTADAS
Francia	342
España	336
Japón	125

Fuente: Trade Map (2017)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

La tabla demuestra que Francia, España y Japón son potenciales importadores de propóleos de abeja, por tanto se consideran parte del análisis para encontrar la oportunidad en uno de estos mercados. De la misma forma estos países se ubican en regiones y bloques comerciales totalmente diferentes, contrastando y diferenciando de alguna manera toda la información encontrada con respecto a los mismos.

3.4.4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL EXTERNO

El presente análisis permite identificar el mercado más conveniente para realizar la comercialización internacional, ya que se analizan los factores socioeconómicos, políticos, tecnológicos, legales y geográficos de los países como son Japón, España y Francia.

1.1. FACTORES SOCIOECONÓMICOS

1.1.1. PIB

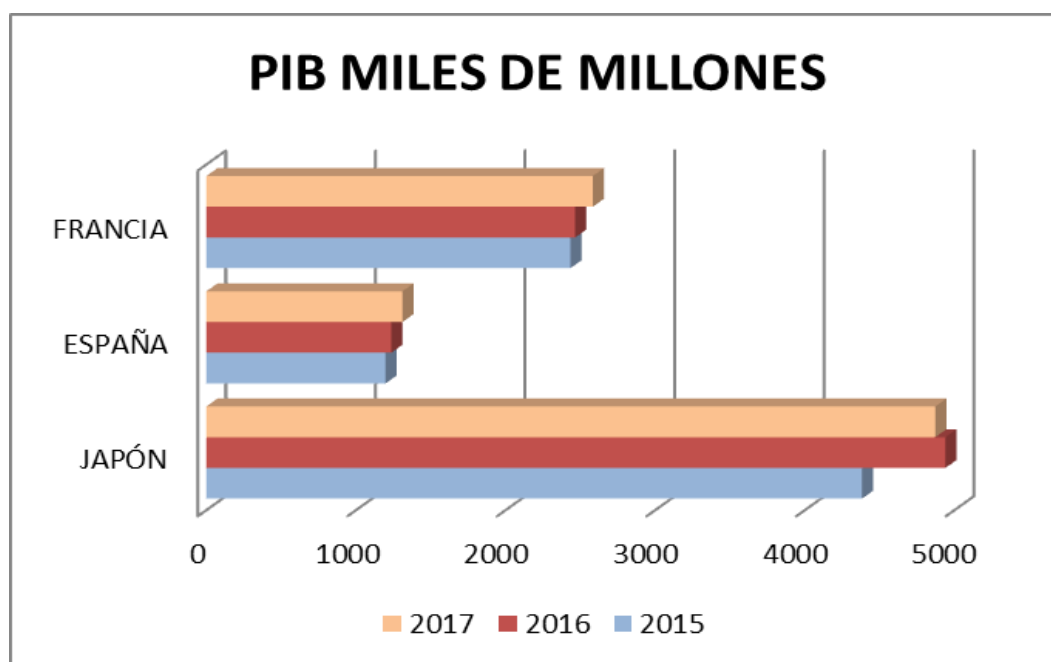
El producto interno bruto (PIB) “es la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborados por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un periodo determinado” (Minier, 2012, p.1).

El PIB establece la cantidad de dinero con la que cuenta un país por la producción de bienes y servicios, este índice ayuda a identificar el poder económico de las naciones por tal motivo con las bases estadísticas del Banco Mundial (2017), en los países objeto de estudio se observa un aumento considerable en su PIB, lo cual indica que estas economías

se están desarrollando sustancialmente en los últimos años como se puede apreciar a continuación:

Tabla 13. Producto Interno Bruto (PIB) miles de millones de usd.

Japón			ESPAÑA			FRANCIA		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
4383,08	4940,16	4872,1	1197,79	1237,26	1311,3	2433,56	2465,45	2582,8



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

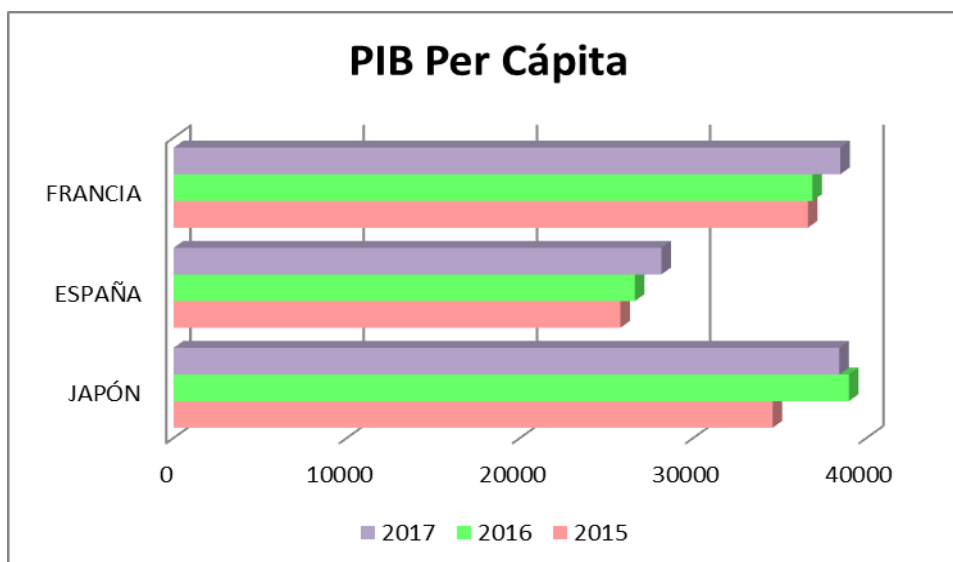
1.1.2. PIB Per Cápita

El producto interno bruto per cápita es la relación entre el valor total de todos los bienes y servicios finales generados durante un año por la economía de una nación o estado y el número de sus habitantes en ese año. Puede ser expresado a valores de mercado o a valores básicos. (México, 2009, p. 1)

En el siguiente cuadro se puede observar el poder adquisitivo y la evolución económica que han tenido los habitantes de los países objeto de estudio en los últimos años, además con esta información se determina cual es la economía más atractiva para la comercialización de productos.

Tabla 14. Producto Interno Bruto Per Cápita en Usd.

JAPÓN			ESPAÑA			FRANCIA		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
34567,7	38972,3	38428	25789,5	26616,7	28156,8	36613,3	36870,2	38476,6



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

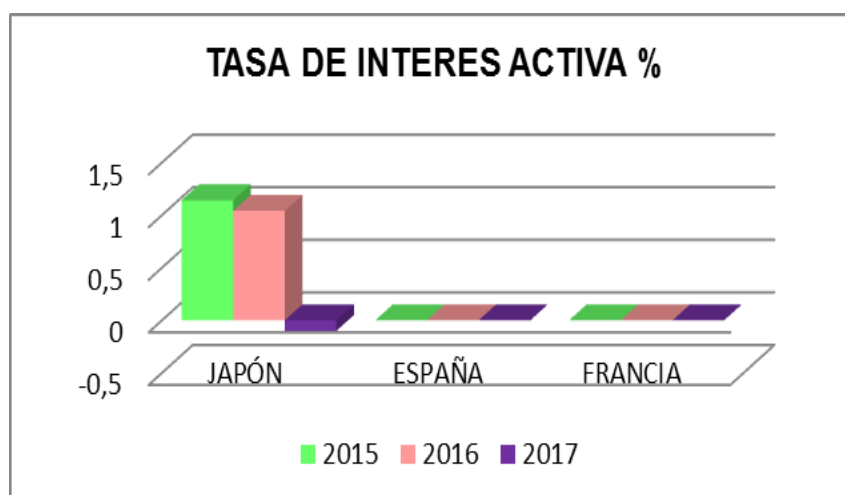
1.1.3. Tasa de interés activa

La tasa de interés activa es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). (Superintendencia, 2017).

La tasa de interés afecta de dos formas tanto positivamente cuando el interés es bajo las personas tienden a consumir una mayor cantidad de productos porque al conseguir un crédito tienen mayor poder adquisitivo, en cambio cuando la tasa es alta las personas se limitan a la obtención de créditos, por ende el consumo de productos es bajo, por eso es importante determinar la economía más importante de los países objeto de estudio y estipular con esto cual país nos conviene.

Tabla 15.Tasa de interés activa %

JAPÓN			ESPAÑA			FRANCIA		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
1,14	1,04	-0,10	0	0	0	0	0	0



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.1.4. Tipo de Cambio

“El tipo de cambio entre dos monedas especifica el precio de una en términos de la otra” (Anzil, 2006), el tipo de cambio depende del valor que tenga una moneda frente a las demás haciendo los productos extranjeros más baratos o más caros en el mercado nacional. El tipo de cambio ayuda a definir si un producto puede ser competitivo o no a nivel de precio en el mercado internacional.

Tabla 16. Tipo de cambio en \$Usd.

JAPÓN (YEN)			ESPAÑA (EURO)			FRANCIA (EURO)		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
132,88	120,48	112,65	1,08	1,05	1,19	1,08	1,05	1,19

Fuente: OANDA, (Banco Mundial, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.1.5. Inflación

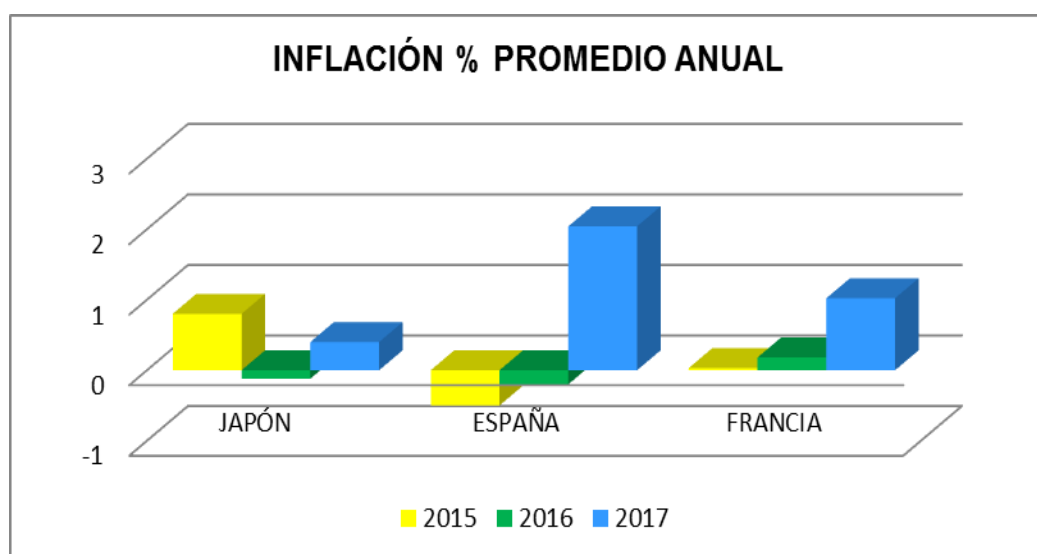
La inflación “es el aumento generalizado y sostenido del precio de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año” (Andrew, 2017). La inflación influye directamente en el consumo de bienes y servicios de los habitantes disminuyendo o limitando de esta manera el gasto en diversos productos pero es

un punto a favor para los inversionistas ya que según el promedio de la inflación se puede establecer e ingresar a un mercado con precios equilibrados frente a la competencia.

A continuación se presenta un promedio de la inflación anual de cada uno de los países objeto de estudio.

Tabla 17. Inflación % promedio anual

JAPÓN			ESPAÑA			FRANCIA		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
0,80	-0,12	0,40	-0,50	-0,20	2,04	0,03	0,18	1,02



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

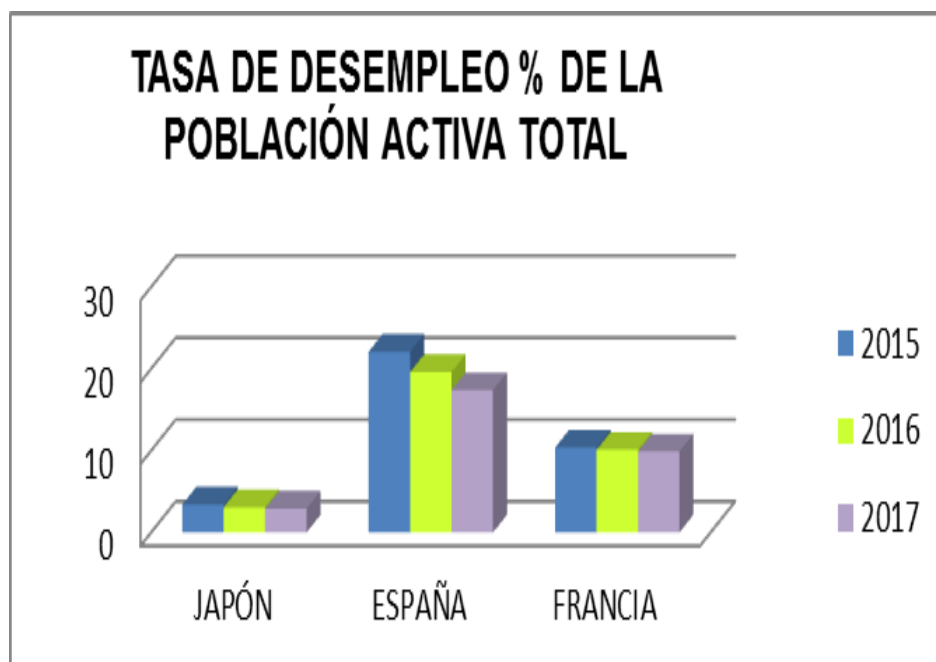
Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.1.6. Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo “expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa de un país” (CEPAL, 2000, pág. 3). Esta tasa indica el porcentaje de personas que no están realizando ninguna actividad económica dentro de un país, por tal razón no contribuyen al desarrollo del mismo. Además cuando se tiene una tasa de desempleo alta repercute en que el consumo de productos disminuye por la falta de ingresos económicos, en cambio cuando la tasa de desempleo baja existe un mayor poder adquisitivo de productos por parte de la población.

Tabla 18. Tasa de desempleo % de la población activa total

JAPÓN			ESPAÑA			FRANCIA		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
3,4	3,09	2,90	22,10	19,6	17,39	10,39	10,10	9,89



Fuente: (Banco Mundial, 2018)
Elaborado por: Imbaquingo Sofia

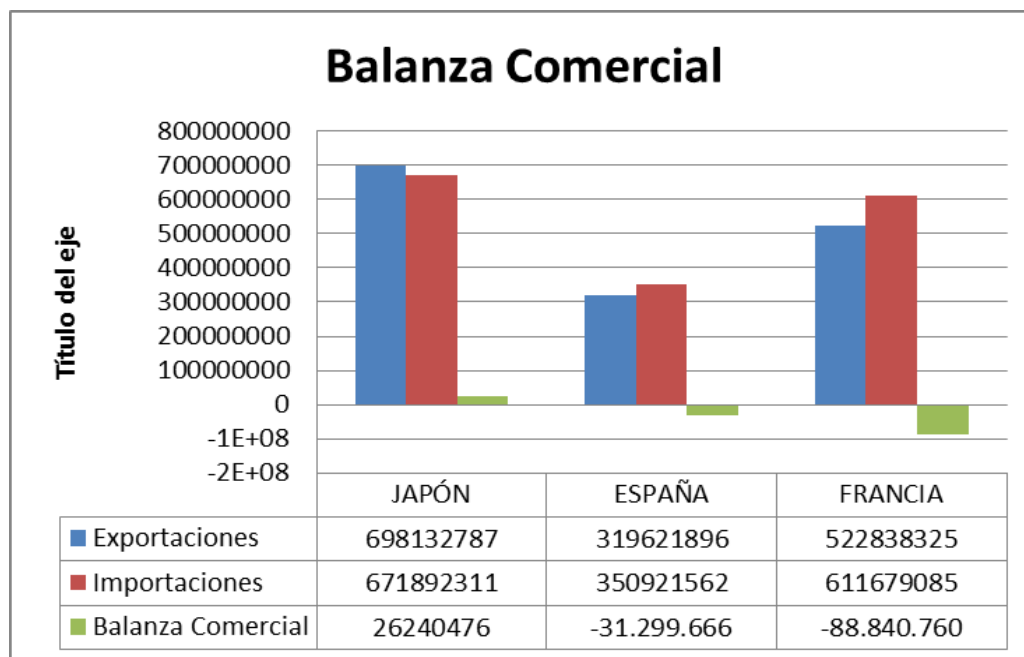
1.1.7. Balanza Comercial

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (PROECUADOR, PROECUADOR, 2014, p. 1)

Si un país tiene déficit en su balanza comercial tiende a realizar menos importaciones con el propósito de incentivar las exportaciones, mientras que los países que poseen superávit realizan mayores importaciones con el fin de satisfacer las necesidades del mercado local.

Tabla 19. Balanza Comercial (importaciones y exportaciones).

	JAPÓN	ESPAÑA	FRANCIA
Exportaciones	698132787	319621896	522838325
Importaciones	671892311	350921562	611679085
Balanza Comercial	26240476	-31.299.666	-88.840.760



Fuente: (Banco Mundial, 2018)
Elaborado por: Imbaquingo Sofia

1.2. FACTORES POLÍTICOS

1.2.1. Política Comercial

La política comercial se ha definido como “el manejo del conjunto de instrumentos del estado para mantener, alterar o modificar las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo” (Económica, 12, pág. 3). A través de la política comercial el estado regula las importaciones o exportaciones de bienes y servicios, permitiendo de esta manera dinamizar la comercialización en los países con los que se cuenta acuerdos comerciales. También está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados en el ámbito bilateral, multilateral y regional, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio.

Tabla 20. Política Comercial

PAÍS	DETALLE
JAPÓN	<p>Sistema Generalizado de Preferencias- SGP</p> <p>El sistema de preferencia arancelaria permite el ingreso de los productos originarios de países en vía de desarrollo como el Ecuador con tasas arancelarias preferenciales o simplemente con arancel 0%.</p>
ESPAÑA Y FRANCIA	<p>-Sistema Generalizado de Preferencias- SGP UE (Unión Europea)</p> <p>Trato Arancelario a las mercancías originarios del Ecuador en el marco de Unión Europea (UE):</p> <p>-Régimen General: suspensión de aranceles para los productos no sensibles (excepto agrícolas), reducción 3,5 puntos del ad-valoren de los sensibles, excepto textiles y confecciones que se aplica reducción del 20% del arancel</p> <p>-Régimen Especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza SGP PLUS: se suspende los aranceles de todos los productos (sensibles y no sensibles). Abarca más de 7800 subpartidas</p> <p>-Régimen Especial para los países menos desarrollados (todo menos armas): no se benefician los países andinos. Se suspende los aranceles a todos los productos de países menos desarrollados excepto armas y municiones.</p>

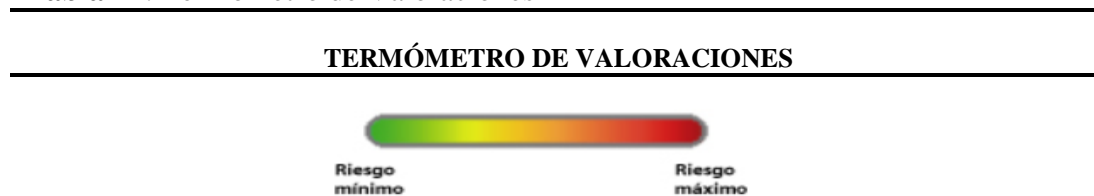
Fuente: PROECUADOR, (Ministerio De Comercio Exterior e Inversiones, 2017).

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.2.2. Riesgo Comercial

El riesgo comercial se lo define como la posibilidad que tienen los productos de que no sean vendidos en su totalidad, en el aspecto que los bienes exportados no logren cumplir con las expectativas de ventas establecidas logrando con esto baja comercialización. (Econlink, 2011). Por eso es importante analizar el nivel de riesgo comercial de los países internacionales para así elegir el más conveniente para realizar la negociación internacional.

Tabla 21. Termómetro de Valoraciones



El color de cada país en el mapa está determinado por el riesgo político a medio y largo plazo.

Fuente: (Compañía Española de Seguros de Créditos a la Exportación CESCE, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Tabla 22.Riesgo Comercial

PAÍS	DETALLE
JAPÓN	<p>Riesgo comercial: 10% Riesgo político: 10% Corto plazo: 10%</p>
ESPAÑA	<p>Riesgo comercial: 10% Riesgo político: 10% Corto plazo: 10%</p>
FRANCIA	<p>Riesgo comercial: 10% Riesgo político: 10% Corto plazo: 10%</p>

Fuente: (Compañía Española de Seguros de Créditos a la Exportación CESCE, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.3. FACTORES LEGALES

1.3.1. Arancelarios

Arancele o barreras arancelarias “son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías” (PROECUADOR, 2017, pág. 1). Con estas medidas se busca regular el intercambio comercial de bienes y servicios en los países.

Existen dos tipos de aranceles, los *ad-valoren* y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

Arancel de valor agregado o *ad-valoren* es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF. Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado. Arancel anti-dumping es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción. Arancel mixto es el que está compuesto por un *ad-valoren* y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación. (PROECUADOR, 2017, p. 1)

A continuación se detalla las barreras arancelarias que aplican los países objeto de estudio:

Tabla 23.Barreras Arancelarias

PAÍS	DETALLE
JAPÓN	Las mercancías procedentes de Ecuador al contar con el sistema de preferencia arancelaria brindan preferencia arancelaria al producto propóleos del 0%. Partida Arancelaria: 0410.00.10.00
ESPAÑA	Las mercancías procedentes de Ecuador al contar con el acuerdo comercial da preferencia arancelaria con la Unión Europea el producto propóleos tiene un arancel del 0%.
FRANCIA	Partida Arancelaria: 0410.00.00.00

Fuente: (Ministerio De Comercio Exterior e Inversiones, 2017)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.3.2. No Arancelarios

Las barreras no arancelarias son la “disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios” (PROECUADOR, 2017).

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias: Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.
- Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado. (PROECUADOR, 2017)

Este tipo de medidas no arancelarias se debe tener bien claro al momento de la internacionalización porque es importante cumplir con todos los requisitos que son exigidos para el ingreso en el mercado internacional, a continuación se mencionan las barreras no arancelarias en cada país objeto de estudio.

Tabla 24. Barreras No Arancelarias

PAÍS	DETALLE
JAPÓN	<ul style="list-style-type: none">• Licencias y certificados requeridos para el producto de acuerdo a la ley japonesa. (Certificados de seguros, Certificado sanitario).• Documentación de reducción, exoneración de impuestos arancelarios.• Certificado de Origen para aplicación del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)
ESPAÑA	<ul style="list-style-type: none">• Aplica la normativa comunitaria de la Unión Europea.• Certificado de origen
FRANCIA	<ul style="list-style-type: none">• Certificado sanitario• Seguro de transporte

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.4. FACTORES TECNOLÓGICOS

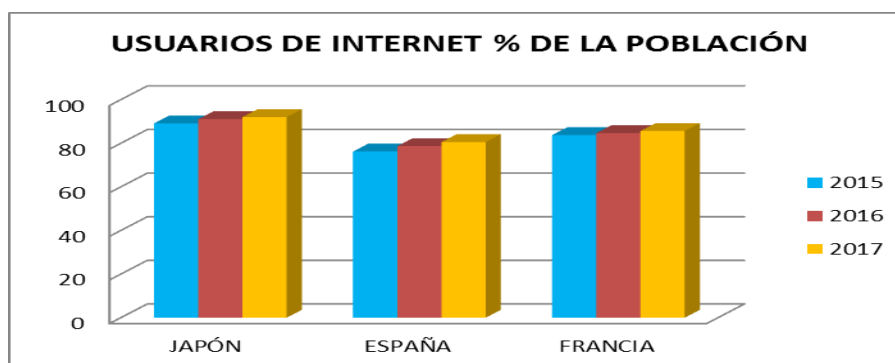
1.4.1. Acceso a Internet

Acceso a Internet es el sistema de enlace con que el computador, dispositivo móvil o red de computadoras cuenta para conectarse a Internet, lo que les permite visualizar las páginas web desde un navegador y acceder a otros servicios que ofrece Internet, como correo-e, mensajería instantánea, protocolo de transferencia de archivos (FTP), etc. (ISP, 2017).

Usando este moderno sistema de comunicación se puede difundir la información a millones de personas en todo el mundo, por tal razón esta herramienta puede ser indispensable a la hora de comercializar un producto porque se pueden mostrar todas las características de este y realizar la venta al mercado que lo requiera, a continuación se presenta los datos de usuarios de internet en los países objeto de estudio.

Tabla 25. Usuarios de Internet % de la población.

JAPÓN			ESPAÑA			FRANCIA		
2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
89,10	91,05	92	76,19	78,68	80,56	83,75	84,69	85,62



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

1.5. FACTORES GEOGRÁFICOS

1.5.1. Localización

Se denomina distancia o localización al espacio comprendido entre dos puntos del Universo. En términos geográficos, relativos al planeta, la distancia suele medirse con algunos sistemas estandarizados. (Definicion.mx, 2015)

Es importante determinar la ubicación del mercado potencial, porque así podemos estimar los costos, es decir a mayor distancia el costo es mas elevado y por ende el costo final de la mercadería puede incrementar, además la distancia también nos ayuda a fijar los tiempos de llega del producto desde origen a destino.

Tabla 26. Localización

LOCALIZACIÓN	
	<p>Japón cuenta con transporte marítimo y aéreo los cuales son los modos de transporte apropiados para el envío del propóleos.</p> <p>Vía Aérea: La distancia en línea recta (ruta aérea) entre el centro geográfico de Ecuador y el centro geográfico de Japón es de 14664 km (9112 millas o 7918 millas náuticas). El tiempo aproximado del viaje es de 16 a 29 horas.</p> <p>Los aeropuertos más importantes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aeropuerto Internacional de Tokio -Haneda(HND) • Aeropuerto de Narita Tokio(NRT), • Aeropuerto Internacional de Kansai -Osaka (KIX)

<p>JAPÓN</p>	<p>Vía Marítima: Japón cuenta con una infraestructura portuaria con alrededor de 160 puertos. Los principales puertos son Tokio, Yokohama, Kobe, Nagoya, Osaka, entre otros. El tiempo aproximado del viaje es de 26 días aproximadamente.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Puerto de Yokohama está ubicado en el extremo noroeste de la Bahía de Tokio es uno de los puertos líderes del comercio internacional de Japón formado por: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un total de 10 muelles ✓ Área total: 7,315.9 ha ✓ Muelles: 2,863.8 ha ✓ Zona comercial: 1,013.6 ha ✓ Zona industrial: 1,696.4 ha ✓ Zona marítima: 4.2 ha ✓ Zona recreacional: 95.2 ha 2. Puerto de Tokio: es uno de los principales puertos del mundo y está conectado a través de una red de rutas regulares de transporte de contenedores, que funciona como un centro de distribución apoyando el desarrollo de la industria y la vida de los residentes en el área metropolitana. <p>El puerto ha atraído rutas principales que conectan Japón a América del Norte y Europa, así como rutas de envío a China, Corea del Sur y el resto de Asia, donde ha habido un notable crecimiento económico en los últimos años.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Área total: 635,000 m² ✓ Cuenta con 34 muelles ✓ Capacidad de 3,588 barcos (anual)
<p>ESPAÑA</p>	<p>España cuenta con transporte marítimo y aéreo los cuales son los modos de transporte apropiados para el envío del propóleos.</p> <p>Vía Aérea: La distancia en línea recta (ruta aérea) entre el centro geográfico de Ecuador y el centro geográfico de España es de 8832 km (5488 millas o 4769 millas náuticas). El tiempo aproximado del viaje es de 9 a 17 horas.</p> <p>España cuenta con una amplia red aérea compuesta por 152 aeropuertos, de los cuales 35 son internacionales, los que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aeropuerto de Madrid -Barajas ▪ Aeropuerto de Barcelona – El Prat ▪ Aeropuerto de Málaga ▪ Aeropuerto de Sevilla ▪ Aeropuerto de Valencia <p>Vía Marítima: España cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas</p>

	<p>albergan a más de 53 puertos internacionales de los cuales se destacan principalmente para la recepción de mercancías provenientes de Colombia, Algeciras, Barcelona, Bilbao y Valencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La mayor infraestructura portuaria está ubicada en el Mediterráneo, con tres grandes puertos especializados en el manejo de contenedores, Algeciras, Barcelona, Valencia, mientras que en el Norte del país se encuentra el puerto de Bilbao.
<p>FRANCIA</p>	<p>Francia cuenta con transporte marítimo y aéreo los cuales son los modos de transporte apropiados para el envío del propóleo.</p> <p>Vía Aérea: La distancia en línea recta (ruta aérea) entre el centro geográfico de Ecuador y el centro geográfico de Francia es de 9418 km (5852 millas o 5085 millas náuticas). El tiempo aproximado del viaje es de 10 a 18 horas.</p> <p>La infraestructura aeroportuaria de Francia está compuesta por cerca de 30 aeropuertos con excelentes servicios aduaneros, facilitando la manipulación y el almacenamiento de la carga, de los que se destacan son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aeropuerto Charles de Gaulle Airport cerca de París, que sobresale por su amplia capacidad y moderna infraestructura. ▪ Aeropuerto de Marsella ▪ Aeropuerto de Lyon ▪ Aeropuerto de Toulouse <p>Vía Marítima: Francia cuenta con alrededor de 6.000 kilómetros de vías fluviales navegables y una moderna infraestructura portuaria.</p> <p>Además, cuenta con una amplia infraestructura portuaria compuesta por alrededor de 100 puertos entre principales y auxiliares.</p> <p>Los principales puertos receptores más importantes de las exportaciones no tradicionales son</p> <p>Puerto de Le Havre, Marsella-Fos, Dunkirk y Brest.</p>
<p>Fuente: Perfil Logístico Japón, Francia, España, (PROECUADOR, 2018) Elaborado por: Imbaquingo Sofía</p>	

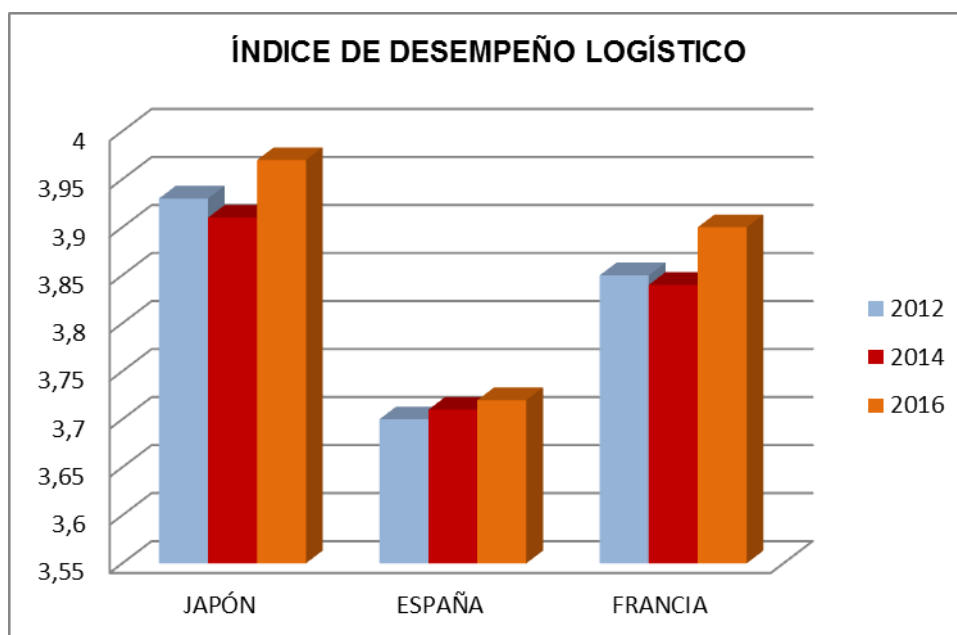
1.5.2. Índice de Desempeño Logístico

El Índice de Desempeño Logístico o LPI por sus siglas en inglés, es una medición realizada por el Banco Mundial con el objetivo de mostrar y describir las tendencias globales en materia de Logística. “El LPI se encarga de medir la eficiencia de las cadenas de suministro de cada país y como esta se desenvuelve en el comercio con otros países (socios comerciales)” (Competitividad, 2016).

El índice de desempeño logístico se encuentra en un rango de 1 a 5 en donde 1 es el nivel más bajo en desempeño logístico y 5 el índice más alto en cuestiones logísticas, a continuación se presenta la tabla de desempeño logístico de los países objeto de estudio.

Tabla 27. Índice de Desempeño Logístico

JAPÓN			ESPAÑA			FRANCIA		
2012	2014	2016	2012	2014	2016	2012	2014	2016
3,93	3,91	3,97	3,7	3,71	3,72	3,85	3,84	3,90



Fuente: (Banco Mundial, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

3.4.5. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)

Según (Gill, 2010, p.89) menciona que el perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de un país, en donde la matriz se pondera de la siguiente forma:

Tabla 28. Escala de medición matriz POAM.

ESCALA DE MEDICIÓN					
OPORTUNIDADES	ALTA	3	DEBILIDADES	BAJA	1
	MEDIA	2		MEDIA	2
	BAJA	1		ALTA	3
Fuente: Gill.H. (2010)					
Elaborado por: Imbaquingo Sofía					

Tabla 29. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

TABULACIÓN	JAPÓN				ESPAÑA				FRANCIA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Producto interno bruto	ALTA	3	-		BAJA	1	-		MEDIA	2	-	
PIB per cápita	MEDIA	2	-		MEDIA	2	-		ALTA	3	-	
Tasa de interés activa	-		ALTA	3			BAJA	1	-		BAJA	1
Tipo de cambio	-		ALTA	3			BAJA	1	-		BAJA	1
Inflación	BAJA	1	-		ALTA	3	-		BAJA	1	-	
Tasa de desempleo	-		BAJA	1			ALTA	3	-		MEDIA	2
Balanza comercial	BAJA	1	-		ALTA	3	-		BAJA	1	-	
	SUMA	7	SUMA	7	SUMA	9	SUMA	5	SUMA	7	SUMA	4
	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0,88	PROMEDIO	1,13	PROMEDIO	0,63	PROMEDIO	0,88	PROMEDIO	0,5
	JAPÓN				ESPAÑA				FRANCIA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD	
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Política comercial	ALTA	3	-		ALTA	3	-		ALTA	3	-	
Riesgo comercial	-		BAJA	1	-		BAJA	1	-		BAJA	1
	SUMA	3	SUMA	1	SUMA	3	SUMA	1	SUMA	3	SUMA	1
	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,5	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,5	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,5
FACTORES LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Arancelarios	ALTA	3	-		ALTA	3	-		ALTA	3	-	
No arancelarios	MEDIA	2	-		ALTA	3	-		ALTA	3	-	
	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0
	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0

	JAPÓN				ESPAÑA				FRANCIA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD				OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES TECNOLÓGICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Acceso a internet	ALTA	3	-		MEDIA	2	-		MEDIA	2	-	
	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	0
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Localización	BAJA	1	-		ALTA	3	-		MEDIA	2	-	
Índice de desempeño logístico	ALTA	3	-		MEDIA	2	-		MEDIA	2	-	
	SUMA	4	SUMA	0	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	4	SUMA	0
	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2,5	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
Fuente: Análisis de Factores Externos												
Elaborado por: Imbaquingo Sofía												

Tabla 30. Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.

	JAPÓN		ESPAÑA		FRANCIA	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	1,00	0,88	1,125	0,625	0,875	0,5
FACTORES POLÍTICOS	1,5	0,5	1,5	0,5	1,5	0,5
FACTORES LEGALES	2,5	0	3	0	3	0
FACTORES TECNOLÓGICOS	3	0	2	0	2	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	2	0	2,5	0	2	0
SUMA	10,00	1,38	10	1,13	9	1
PROMEDIO	2,00	0,28	2,03	0,23	1,88	0,20
OPORTUNIDADES-AMENAZAS	1,73		1,80		1,68	

3.4.6. ANÁLISIS MERCADO- PRODUCTO

3.4.6.1 Perfil del consumidor

El consumidor español puede parecer exigente, pero cada vez concede menos importancia a la garantía de una marca conocida, más bien según ha enfatizado (Pérez, 2017) presidenta de la Federación Thaderconsumo, “el consumidor cada vez demanda alimentos más saludables y con mejores propiedades nutritivas y sensoriales, lo que a su vez obliga a mejorar la calidad de sus materias primas y asegurar su idoneidad tras el empleo de tecnología alimentaria.” Por esta razón al analizar la demanda del mercado español sobre el propóleo de abeja se hace referencia a investigaciones que permitan conocer los gustos, preferencias y tendencias del consumidor.

3.4.6.1.1 Gustos y preferencias

El consumidor español es crítico y exigente, ahorrador y preocupado por su salud, el desperdicio de alimento y la sostenibilidad de la cadena agroalimentaria. Según (López, 2017) manifiesta que el 72% de la población española ha cambiado parte de sus hábitos de consumo y alimentación, enfocándose en comprar productos orgánicos, frescos y a la hora de seleccionar el producto se basan en la calidad, seguido del precio. Por otro lado el consumidor con el propósito de obtener información del producto antes de comprarlo, se enfocan en observar las etiquetas las cuales deben ser con letras grandes y con términos menos técnicos. Los elementos informativos de las etiquetas son: fecha de caducidad, ingredientes, precio, lugar de origen, información nutricional, contenido en grasas, azúcares y de proteínas, esta es la información idónea y más valorada por los consumidores españoles.

3.4.6.1.2 Tendencia de consumo

Según datos recogidos por el centro de investigación sobre fitoterapia (INFITO, 2017), el consumo y uso del propóleo, una sustancia natural elaborada por las abejas y utilizada para la prevención de gripes y resfriados, es del 20% en el último año este dato es en base a las ventas realizadas en farmacias, es decir, el consumo de propóleo por la población española es de aproximadamente 60 mililitros mensual por persona. De este modo esto confirma el uso cada vez más extendido del propóleo debido a su eficiencia como antiviral, antiinflamatorio, antiséptico, antioxidante, antibacteriano, fungicida, cicatrizante, anestésico y antitumoral. La consultora INFITO advierte sobre la importancia de adquirir

los preparados naturales en las farmacias porque allí se encuentran las garantías de eficacia y de seguridad y donde se controla la conservación de producto.

3.4.6.2 Producto

3.4.6.2.1 Importación de propóleos de España (Toneladas)

La siguiente tabla muestra las importaciones de propóleos realizadas por España, este es un factor importante que se toma en cuenta ya que forma parte de la demanda que tiene el país.

Tabla 31. Importación de propóleos de España (Toneladas)

Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas
Mundo	695	662	262	336	357
Francia	97	82	128	164	216
China	79	70	89	47	97
Alemania	4	9	5	7	20
Grecia	1	0	22	57	12

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

Según los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, los competidores más fuertes para el Ecuador en el mercado de propóleos es China y Francia que al 2016 fueron los proveedores mayoritarios para España. Se puede observar que las importaciones de propóleos tiene un mercado de aceptación importante, entonces Ecuador posee una posibilidad de fortalecerse en el mercado con la comercialización de propóleos.

3.4.6.2.2 Exportación de propóleos de España (Toneladas)

En la siguiente tabla se presenta las exportaciones de propóleos que realiza España al resto del mundo.

Tabla 32. Exportación de propóleos de España (Toneladas)

Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas	Cantidad Importada Toneladas
Mundo	1232	1264	1554	1566	953
Alemania	859	758	686	1141	636
Bélgica	66	99	156	112	106
Eslovaquia	41	41	84	65	57
Reino Unido	45	66	71	81	42
Francia	86	132	335	53	27

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

Las primeras exportaciones de propóleos realizadas por España empezaron desde el año 2012 y seguidamente ha tenido un aumento considerable como se especifica en los años 2014 a 2016, siendo el principal comprador Alemania ya que tuvo una participación del 55,9 % de las ventas de propóleos.

3.4.6.2.3 Producción de propóleos en España

En la siguiente tabla se presenta la producción de propóleos en España

Tabla 33. Producción de propóleos de España (Toneladas)

Producción	2013	2014	2015	2016	2017
Cantidad en Toneladas	312	321	306	294	346

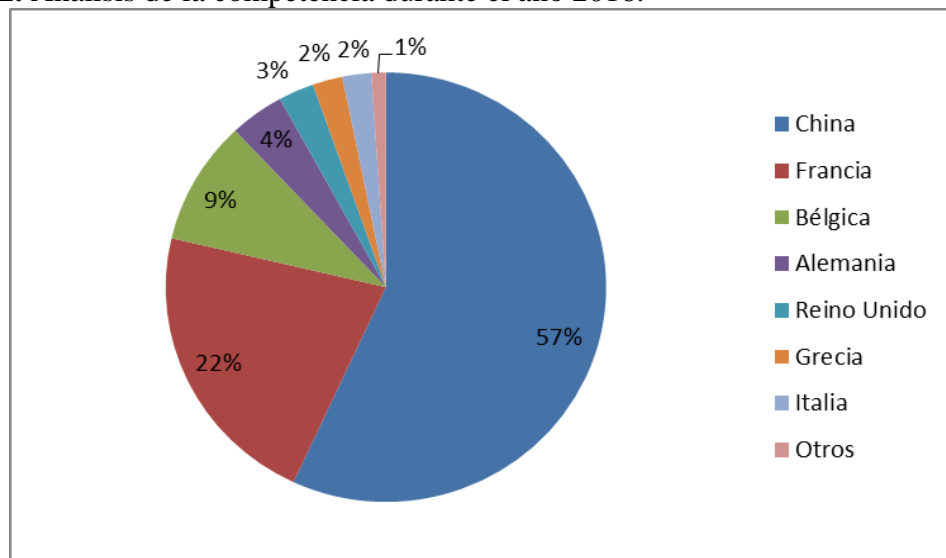
Fuente: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) (2017)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía

3.4.6.2.4 Análisis de la competencia

En el análisis de los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (2017), se establece que los principales países desde donde se importa el propóleos son: China, Francia, Bélgica y Alemania son considerados como los principales vendedores, también en menor escala se tiene a Reino Unido, Grecia, Italia desde estos países las importaciones realizadas son ocasionales en proporción de los años.

Figura 2. Análisis de la competencia durante el año 2016.



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)
Elaborado por: Imbaquingo Sofía

De acuerdo al análisis realizado con datos estadísticos del Programa Nacional Sanitario Apícola de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (Agrocalidad) (2016) la competencia directa en el Ecuador es la Apícola Grijalva ya que es la única empresa que está exportando a España, Italia, Argentina, Colombia, México, Estados Unidos, Canadá, Bélgica, y Francia durante los últimos años, pero el producto específico que está comercializando es miel de abeja por lo que no tiene un impacto en la comercialización de propóleos.

3.4.6.2.5 Precio referencial del propóleos en España

Según PROCHILE (2017), los precios referenciales en España van en relación a la calidad, la marca, la presentación del producto y en el tipo de envase que se use para la comercialización sea este de vidrio o plástico; para una mayor percepción se observa en la siguiente tabla que el mayor precio es de 22,80 USD que corresponde al envase de 100ml, los demás precios se deduce que son relativamente asequibles al cliente y consumidor final.

Tabla 34. Precio referencial del propóleos en España.

Producto	Presentación en Mililitros	Precio USD.
Propóleos	100 ml	22,80 USD.
	50 ml	14,14 USD
	40 ml	10,48 USD
	30 ml	9,06 USD

Fuente: PROCHILE (2017)
Elaborado por: Imbaquingo Sofía

3.4.7. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.4.7.1 FACTORES SOCIOECONÓMICOS

Tabla 35. Factores socioeconómicos del Ecuador

FICHA 002. INDICADORES ECUADOR	
Capital:	Quito
Moneda:	Dólar de los Estados Unidos de América (USD.)
Idioma:	Español (Castellano) 93% oficial, Quechua 4,1%, otros 0,7% indígena, extranjera 2,2%
Población:	16.625.000 (2017)
Índice de crecimiento poblacional:	1,48% (2016)
Producto Interno Bruto (PIB):	98613972000 (mil millones USD.) (2016)
PIB per cápita:	6018,52 (USD) (2016)
Crecimiento del PIB:	1,5 % (2017)
Tasa de desempleo:	5,82 % (2017)
Índice inflacionario:	0,19% (Enero 2018)
Riesgo país:	509 (15 Febrero 2018)
Fuente: (Banco Mundial, 2018), (Banco Central del Ecuador, 2018) Elaborado por: Imbaquingo Sofía.	

En los últimos años la economía del Ecuador muestra recuperación poco a poco, que a pesar de ser la octava economía más grande de América Latina tuvo que superar una fuerte crisis económica por no tener moneda propia. Ecuador es uno de los países más pequeños de Sudamérica el cual cuenta con 16625000 millones de habitantes y presenta un crecimiento poblacional de 1,48%, además se enfatiza que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura, la pesca y el comercio, lo cual genera que el gobierno implemente políticas que generen desarrollo socioeconómico en el país.

Ecuador cuenta con un Producto Interno Bruto de 98613972000 (mil millones USD.) el cual según fuente del Banco Central del Ecuador ha incrementado en 1,5%, esto determina que la economía ecuatoriana crece gradualmente en los últimos años en producción de bienes y servicios, además esto permite aumentar las fuentes de empleo y por ende reducir favorablemente la tasa de desempleo llegando a un 5,82% en 2017.

En referencia a la inflación, el Ecuador ha tenido un cambio considerable ya que en el 2017 alcanzo una deflación de -0,27%, logrando una evolución a enero del 2018 a 0,19%, se puede determinar que los productos que más influyeron para alcanzar una inflación

mensual positiva en enero fueron bienes y servicios diversos, bienes y artículos para el hogar, alimentos y bebidas no alcohólicas, y los menos inflacionarios, y que impactaron en el resultado anual negativo del 2017, fueron prendas de vestir y calzado, bebidas alcohólicas y transporte según el reporte del (INEC, 2018)

Considerando el riesgo país Ecuador ha tenido altibajos pasando de 562 puntos en 2017 a 509 puntos al 15 de febrero del 2018, esto lo señala como una economía en desarrollo favorable gracias a las políticas públicas que se han creado con el propósito de captar nuevos inversionistas para el sector local, permitiendo el desarrollo socioeconómico del país.

3.4.7.2 FACTORES POLÍTICOS

3.4.7.2.1 Política Económica

La política económica del Ecuador según la (Constitución, 2008) incentiva a la producción nacional, la productividad y competitividad así como a la adquisición y acumulación del conocimiento científico y tecnológico, que permita la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas (art. 284) además, se promueve el desarrollo de productos primarios con valor agregado que permitan la sustitución de las importaciones y se produzcan exportaciones a los diferentes mercados internacionales.

3.4.7.2.2 Política Comercial

La política comercial del Ecuador incentiva al desarrollo de bienes y servicios que sean comercializados en el mercado nacional e internacional como se especifica en los objetivos de la política comercial (Constitución, 2008) literal 1 “desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. Literal 2 regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial”. (art. 304)

Ecuador forma parte de importantes organismos internacionales como son:

La organización mundial de comercio (OMC), Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial (BM), Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL), Fondo de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización de países Exportadores de Petróleo (OPEP), Organización Internacional del Trabajo (OIT), Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) (PROECUADOR, Ministerio de Relaciones Exteriores, 2018)

A través de estas instituciones se promueve el desarrollo económico y social del país, haciendo que los procesos de interacción en los mercados internacionales sean más fáciles de realizar. Ecuador forma parte de otras instituciones internacionales económicas y comerciales que se detallan a continuación:

Tabla 36. Política Comercial de Ecuador

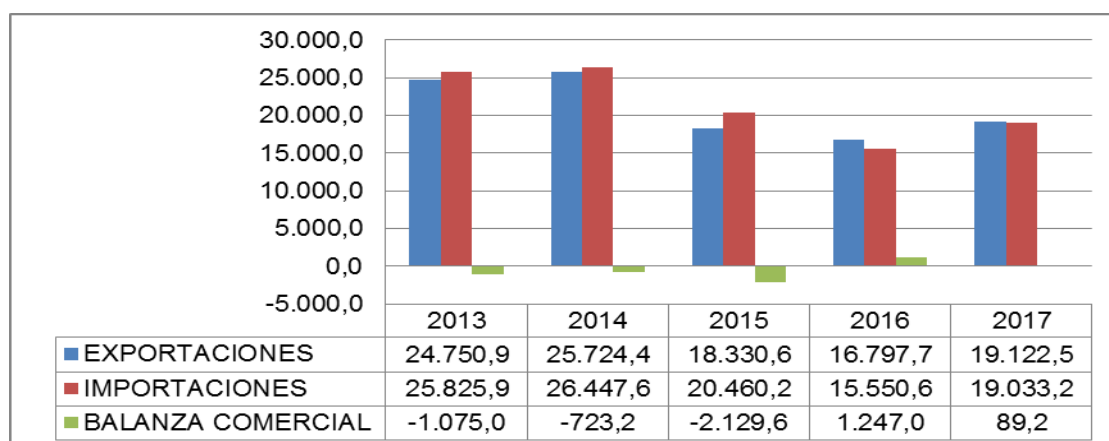
Organizaciones Económicas y Comerciales	
ARPEL	Asistencia Recíproca Petrolera Latinoamericana
CII	Corporación Interamericana de Inversiones
COA	Consejo de Cooperación Aduanera
CNUDMI	Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
CAF	Corporación Andina de Fomento
OIA	Organización Internacional del Azúcar
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
SIAT	Sociedad Interamericana de Atún Tropical
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y desarrollo
Fuente: (Ministerio De Comercio Exterior e Inversiones, 2017)	
Elaborado por: Imbaquingo Sofía.	

Ecuador también forma parte de varios acuerdos regionales como: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN), Alianza Bolivariana para las Américas (ALBA), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), y al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). (PROECUADOR, Ministerio de Relaciones Exteriores, 2018)

Todos los acuerdos, convenios que tiene Ecuador con las organizaciones y organismos son muy importantes para el desarrollo de la economía del país, ya que brindan facilidades comerciales como liberación de aranceles e impuestos para la comercialización de productos, además otro factor importantes es pertenecer al sistema generalizado de preferencias (SGP) con la Unión Europea que le permite a Ecuador poseer un amplio margen Comercial con estos países y poder internacionalizar los productos, bienes y servicios.

3.4.7.2.3 Balanza Comercial Ecuador

Figura 3. Balanza comercial de Ecuador



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

En el gráfico anterior se puede observar que el Ecuador ha tenido cambios significativos en su balanza comercial durante los últimos años, actualmente presenta una balanza positiva en el 2016 llegando a 1247 (millones de USD) y en 2017 de 89,2 (millones de USD), donde se logró una recuperación de un 13,8% en comparación del 2016, esto gracias a que las exportaciones aumentaron por los incentivos que está brindando el Estado ecuatoriano para, mejorar el desarrollo económico del país.

3.4.7.3 FACTORES LEGALES

3.4.7.3.1 Barreras no arancelarias a la exportación de propóleos

Según el ministerio de salud pública (Correa, 2015), en el decreto ejecutivo N° 1290 se crea la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública - INSPI, como personas jurídicas de derecho público, con independencia administrativa, económica y financiera, adscritas al Ministerio de Salud Pública.

El ARCSA es el organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de los siguientes productos: alimentos procesados, aditivos alimentarios, agua procesada, productos del tabaco, medicamentos en general, productos nutraceuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio, incluidos los que se reciban en donación y productos de higiene doméstica y absorbentes de higiene personal, relacionados con el uso y consumo humano (Correa, 2015, p. 4).

Para que una empresa pueda tener un certificado sanitario de exportación de propóleos debe cumplir con los requisitos necesarios para obtener el registro sanitario por producto de alimentos procesados nacionales, conforme lo establece el Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos vigente (ARCOSA, 2015):

1.- El interesado ingresará el formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).

2.- Adjuntar al formulario de solicitud los requisitos descritos a continuación en formato digital:

- La Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva.
- Descripción general del proceso de elaboración del producto: se debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto, con una descripción de todas las etapas del proceso de fabricación del producto y debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico.
- Diseño de la etiqueta o rótulo del producto: se debe adjuntar el proyecto de etiqueta, tal como será utilizado en la comercialización en el país, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022, y las Normas Técnicas Ecuatoriana NTE INEN 1334-1, NTE INEN 1334-2, NTE INEN 1334-3, sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano.
- Declaración del tiempo de vida útil del producto: se debe adjuntar un documento en el cual se especifique el tiempo de vida útil del producto indicando las condiciones de conservación y almacenamiento del mismo con nombre y firma del responsable técnico.
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase: se aceptará el documento emitido por el fabricante o distribuidor del envase dirigido al fabricante del alimento, en el mismo debe constar la naturaleza del material de envase/tapa e información que evidencie que es apto para su uso en contacto con alimentos para consumo humano.
- Descripción del código del lote: debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto con la descripción del código de lote que el fabricante esté utilizando para identificar su producción, en el cual conste la descripción o interpretación de dicho código que permita establecer trazabilidad en el producto.
- En caso de maquila, declaración del titular del registro sanitario: en el caso de maquila, se deberá adjuntar un documento en el que conste la siguiente

información: el nombre o razón social del fabricante del producto y su número de identificación (cédula de identidad, cédula de identidad y ciudadanía, carné de refugiado, pasaporte o RUC.)

3.4.8. ANÁLISIS MERCADO PRODUCTO (SITUACIONAL INTERNO)


3.4.8.1 Características del producto

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, con una diversidad de pisos climáticos y biológicos como bosques tropicales y andinos. El Ingeniero Agrónomo Hugo Villarreal en la entrevista del (14/03/2017), especificó que en la región norte del país se cuenta con dos zonas: La zona andina caracterizada por los bosques nativos, chaparros, arbustos, además predominan bosques de eucalipto, fuentes inagotables de néctar, polen y resinas para la producción de propóleos en la zona de Capulí, Monteverde, Pioter y Tulcán. La zona subtropical en la zona de Monteolivo, Cunquer, Bolivar, y Yahir, caracterizada por bosques primarios y secundarios, así como también los frutales (cítricos, café, cacao aguacates etc.) lugares que reúnen todas las condiciones necesarias para la implementación de apiarios, reproducción de colmenas, cría de reinas, producción de miel de abejas, polen, propóleos y más derivados de la apicultura para cubrir la demanda de productos apícolas en Ecuador.

De igual manera, especialmente en la zona andina existe un potencial para la producción de propóleos de excelente calidad caracterizado por su riqueza en proteínas, vitaminas y minerales.

Tabla 37. Ficha Técnica del Producto

Nombre comercial	Propóleos de Abeja
Nombre común	Propóleos
Nombre científico	Propolis
Descripción del producto	Sustancia de color pardo, olor dulce y sabor agrio que obtienen las abejas de las resinas que cubren los árboles y que procesan con la secreción de sus glándulas salivales.
Composición	<ul style="list-style-type: none"> • Resinas y bálsamos (50%) • Cera de abeja (25-30%), • Aceites esenciales (10%), • Polen (5%)

	<ul style="list-style-type: none"> • Diversos minerales (5%): aluminio, plata, bario, boro, cromo, cobalto, estaño, hierro; provitamina A y vitaminas del grupo B, especialmente B3.
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Anestésico ❖ Antialérgico ❖ Antibacteriano ❖ Anticancerígeno ❖ Antiinflamatorio ❖ Antiviral ❖ Cicatrizante ❖ Fungicida ❖ Hipotensor ❖ Ligeramente analgésico ❖ Regenerativo ❖ Revitalizante
Uso	<ul style="list-style-type: none"> • Industria Alimentaria como preservador de alimentos. • Medicina humana y veterinaria. • Agricultura • Uso general en barnices, tratamiento, desinfección y protección de maderas.
Vida útil	La solución de propóleos envasada puede durar de 1 a 2 años.
Etiqueta	<p>La etiqueta debe indicar claramente el nombre del producto, ingredientes, fecha de fabricación y vencimiento. Es conveniente pegar una cinta de seguridad que abarque la tapa y el vidrio, para saber que el frasco ha sido abierto.</p> 

Presentación comercial	Sprays de 50 ml.
Conservación	Debe conservarse en un recipiente de vidrio oscuro que lo proteja de la luz, bien conservado puede durar muchos años. Temperatura no debe ser mayor a 15°.
Fuente: Apiterapia vida natural. Elaborado por: Imbaquingo Sofía.	

3.4.8.2 Principales ofertantes de propóleos en Ecuador

De acuerdo al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y pesca MAGAP, en el país existe la Federación Nacional de Apicultores del Ecuador (FENADE), de la cual forman parte las principales asociaciones productoras de miel de abeja y sus derivados.

La oferta ecuatoriana está conformada por las siguientes empresas las cuales se dedican a la producción y la comercialización de propóleos y muchos productos derivados de la apicultura.

Tabla 38. Ficha de la Federación Nacional de Apicultores del Ecuador

Empresa	Apicultor responsable	Productos apícolas	Dirección
La casa de las abejas	Sr. Jorge Espinoza	Miel, polen, propóleos, jalea real, material e implementos apícolas.	José de Ascázubi 111 y Antonio Baquerizo, Quito – Ecuador. Telf.: 02 266 – 0326/266 – 0549 E-mail: casaabejas@punto.net.ec
Naturals Products SHWIT	Ing. Carlos Sandoval	Asistencia, técnica y Mantenimiento de colmenas. Miel, polen, propóleos, jalea	Barriga, entre Nueva España y Sucre S/N. Machachi, Mejía – Ecuador. Telf.: 02 2316 220 Cel. 097 477 444 E-mail: carlossandoval001@gmail.com
Vite miel	Sr. Raúl Viteri	Miel, polen, propóleos, jalea real, material e implementos apícolas.	Pasaje Mejía entre González Suárez y Luis Cordero, Mejía – Ecuador Tel.: 02 2 314 078 Cel. 092398442
	Sr. Alberto Munive	Miel, polen, propóleos, jalea real, material e implementos apícolas, chocolatería en base de miel.	Urbanización El Chamizal, Conocoto, Quito – Ecuador Telf.: 02 2 656 622 Cel. 092 940 748
Apicola Santa Anita	Tcgo. Paúl Guaña	Miel, polen, propóleos, jalea real, material e	Av. Manuel Córdova E2 – 66 y Olmedo, Cayambe – Ecuador Telf.: 2 360 453 Cel.: 094 333 908

		implementos apícolas.	E – mail: apicolasantanita@hotmail.com
PRONAAPIC	Sr. Manuel Navarrete	Miel, polen, propóleos, jalea real, material e implementos apícolas.	Entrada a Amaguaña, Rumiñahui – Ecuador Telf.: 02 2 878 132 02 2 879 488 Cel.: 099 350 431 E – mail: pronaapicgmail.com
RODOMIEL	Sr. Julio Vázquez	Asistencia Técnica , mantenimiento de colmenas	Calle Diego García N° S8 – 186 y Rodrigo de Ocampo, Quito - Ecuador Telfs.: 02 2 647 478 Cel.: 095 857 184
APICOLA “SAN ANTONIO”	Sr. César Topón	Asistencia Técnica Mantenimiento de colmenas	Comité del Pueblo en Puengasí (La Planada), Lote N° 616, Quito - Ecuador Telf.: 2 609 196
ABEJAS ECUADOR:	Ing. Agr. Robert Andrés Pastas Revelo	Miel natural, polen, vino de miel, turroneos, propóleos, jalea real, material e implementos apícolas.	Santa Martha de Cuba- Carchi- Ecuador Telf.: 089959449 - 098349276 E-mail: abejasecuador@hotmail.com roberthpastaz@hotmail.com
	Rosero Ramírez Miguel Ángel	Miel natural, polen, propóleos y jalea real.	Tulcán- Carchi- Ecuador Cooperativa 13 de Junio E-mail: roserora@hotmail.com
	Morales Guaymialama Wilson Leovardo	Miel natural, polen, propóleos, jalea real y colmenas.	San Luis- Carchi- Ecuador Panamericana norte.
APICOLA VILLAREAL	Ing. Agr. Hugo Villareal	Miel natural, polen, propóleos, jalea real, material e implementos apícolas.	Comunidad el Capuli- San Gabriel Carchi –Ecuador. Telf.: 0991637409
Fuente: ASNAE Elaborado por: Imbaquingo Sofía.			

Las apícolas anteriormente mencionadas se han formado con la finalidad de desarrollar la actividad apícola en el Ecuador, siendo una alternativa sustentable y rentable para el desarrollo de nuevas actividades económicas y a la vez una actividad productiva viable para la conservación del medio ambiente.

3.4.9. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

3.4.9.1. Demanda Insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó como referencia la población de Madrid-España y se tomó en cuenta la población económicamente activa debido a que la

edad de consumidores potenciales se encuentran en un rango de 18-65 años, esta población será el destino de las exportaciones de propóleos.

Por otro lado según datos recogidos por el centro de investigación sobre fitoterapia (INFITO, 2017), el consumo y uso del propóleos, una sustancia natural elaborada por las abejas y utilizada para la prevención de gripes y resfriados, es del 20% en el último año este dato es en base a las ventas realizadas en farmacias, es decir, el consumo mensual de propóleos por la población española es de aproximadamente 100 mililitros por persona.

Datos generales:

- ❖ Población económicamente activa (PAE): 22'911641 millones de personas
- ❖ Porcentaje anual de consumo del propóleos: 20%
- ❖ Consumo mensual por persona= 100 ml
- ❖ Consumo anual por persona= 1200 ml
- ❖ Índice de crecimiento de la PEA= 0,09%
- ❖ Formula proyección de la demanda $D_n = D_0(1+i)^n$

DEMANDA

La investigación permitió determinar el dato, de personas que están dispuestos a comprar o que actualmente están consumiendo el propóleos de abeja en Madrid- España.

Demanda anual = (PAE*%de consumo anual)*consumo anual por persona.

Demanda anual= (22'911641*20%)

Demanda anual= 4582328

Demanda anual= (4582328)*1200ml

Demanda anual=5498793840 ml

Para la determinación de la demanda actual se consideró la población económicamente activa del año 2017 de España en lo referente al porcentaje de personas que consumen anualmente el producto y cuanto es el consumo anual por persona en la población española en el rango de edad de 18-65 años; sin embargo el dato debe ser proyectado a los siguientes años con el objetivo de cuantificar la demanda.

DEMANDA PROYECTADA

Para realizar la proyección de la demanda se usó la siguiente fórmula:

$D_n = D_0(1+i)^n$ siendo :

Do: demanda inicial

i: índice de crecimiento de la población

n: número de años

Tabla 39. Proyección de la demanda

Nº	AÑO	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA ANUAL		DEMANDA EN TONELADAS
			EN UNIDADES		
0	2017	4582328	109975877		5498,79
1	2018	4586498	110075955		5503,80
2	2019	4590672	110176124		5508,81
3	2020	4594849	110276384		5513,82
4	2021	4599031	110376736		5518,84
5	2022	4603216	110477179		5523,86

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Según la base de la población del año 2017 de España es 4582328 personas en el rango de edad de 18-65 años, con esto dato se calculó la proyección de la demanda de consumidores de propóleos en Madrid- España, para lo cual se consideró una tasa de crecimiento de la población del año 2017 que según el Instituto Nacional de Estadística (INE) es del 0,09%.

En la tabla N° 39, se indica la proyección de demanda en clientes y en toneladas a 5 años, por lo tanto se puede ver que la demanda proyectada indica un incremento significativo de personas que van adquirir el producto.

OFERTA

Tabla 40. Oferta del propóleos de abeja

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA
	TONELADAS	TONELADAS	TONELADAS	TONELADAS
2013	123	179	312	368
2014	126	180	321	375
2015	155	180	306	331
2016	156	190	294	328

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

❖ M= Importaciones de propóleos en España

❖ X= Exportaciones de propóleos en España

❖ CNA= Consumo Nacional Aparente.

Tabla 41. Proyección de la oferta

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA
	TONELADAS	TONELADAS	TONELADAS	TONELADAS
2017	153	197	346	390
2018	162	202	356	396
2019	172	207	367	402
2020	182	212	378	407
2021	193	217	389	413

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

En la tabla N° 41 se presentan las proyecciones de la oferta, estas se realizaron en base al porcentaje de crecimiento las importaciones, las exportaciones y de la producción de propóleos de abeja en España Además, se indica la proyección de la oferta en toneladas a 5 años.

OFERTA EN ORIGEN

Capacidad Instalada en la Apícola Villa Real

- Oferta quincenal: 156 kg
- Oferta mensual: 312 kg
- Oferta anual: 3744 kg

Producción en unidades de 50 ml

La Apícola Villa Real está en la capacidad de producir 74880 unidades de propóleos de abeja de 50 ml cada una.

Tabla 42. Proyección de la oferta Apícola Villa Real.

N°	AÑO	OFERTA ANUAL EN UNIDADES	OFERTA EN TONELADAS
1	2017	74880	3,74
2	2018	78961	3,95
3	2019	83264	4,16
4	2020	87802	4,39
5	2021	92587	4,63
6	2022	97633	4,88

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

En la tabla N° 42 se presentan los datos de las unidades de producción de la Apícola Villa Real, las proyecciones de la oferta de la planta se realizaron en base al índice de crecimiento del sector apícola que es de 5,45% según el MAGAP (2017). Además, se indica la proyección de la oferta en unidades y en toneladas a 5 años.

DEMANDA INSATISFECHA

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó como referencia a los datos de la demanda existente en Madrid- España menos la oferta.

Tabla 43. Porcentaje de Demanda a satisfacer

DEMANDA EN TONELADAS	OFERTA EN TONELADAS	DEMANDA INSATISFECHA	% DE COBERTURA
5498,79	390	5108,79	0,07%
5503,80	396	5107,86	0,08%
5508,81	402	5107,06	0,08%
5513,82	407	5106,42	0,09%
5518,84	413	5105,95	0,09%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

La demanda insatisfecha se determinó con el propósito de conocer la cantidad de productos que requiere la población española, además se tomó en cuenta la oferta exportable que existe en la Apícola Villa Real y con esto poder conocer cuál será el porcentaje de cobertura que se puede llegar a cubrir con la exportación del propóleos de abeja.

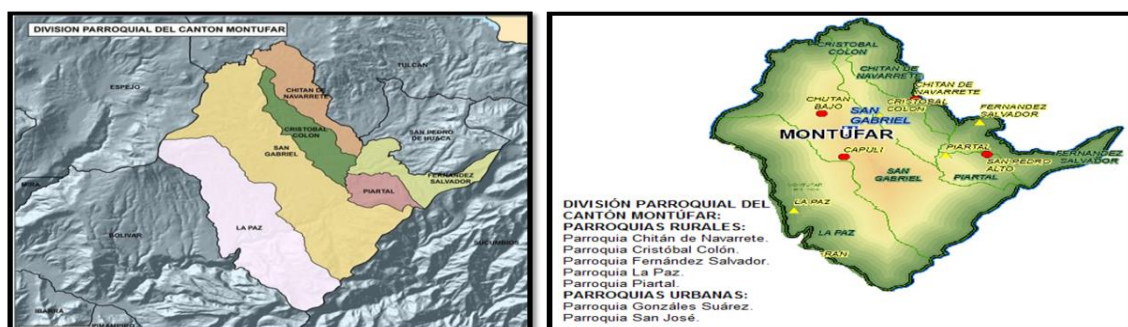
3.4.10. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende al funcionamiento y operatividad del proyecto, en él se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto, y se determina el tamaño, localización, las instalaciones requeridas para realizar la producción.(Cazares, 2013)

3.4.10.1. MACROLOCALIZACIÓN

La Macro localización indica el lugar geográfico a nivel general, en el Cantón Montufar se halla ubicada la parroquia San José, está se encuentra en la Provincia del Carchi y es el lugar donde se encuentra la Apícola Villa Real en la que se elabora el propóleos de abeja.

Figura 4. Macrolocalización de la Apícola “Villa Real”



Fuente: Investigación
Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.10.2. MICROLOCALIZACIÓN

La micro localización muestra el lugar más exacto de ubicación de la Apícola Villa Real, la microempresa está ubicada en la Comunidad el Capulí, el ingreso es por la vía principal a Chilgual a 600 m. de la panamericana norte a continuación se muestra la ubicación exacta.

Figura 5. Micro localización de la Apícola “Villa Real”



Fuente: Investigación
Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.10.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

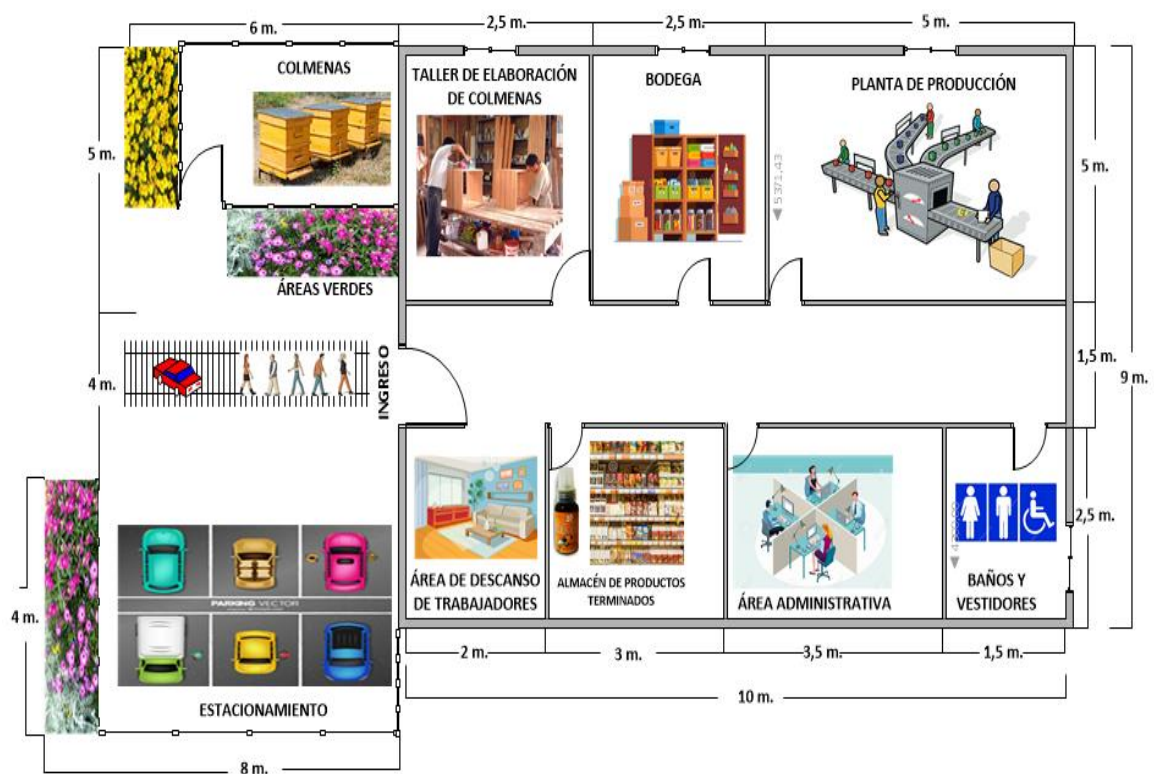
“La ingeniería de proyectos es la etapa de un proyecto de inversión donde se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes” (Barcelona, 2016).

Se ha determinado el espacio físico que va a ocupar la Apícola Villa Real para producir el propóleo de abeja y sobre todo se toma en cuenta los aspectos administrativos y operativos de la Apícola desde donde se produce y comercializa el producto.

Además se hace necesario adecuar los espacios y la organización de la empresa con el fin de ejecutar los trabajos con mayor rapidez y rentabilidad.

3.4.10.4. DETERMINACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO

Figura 6. Espacio Físico de la Apícola “Villa Real”



Fuente: Investigación
Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.10.5. NOMBRE DE LA EMPRESA

“APÍCOLA VILLA REAL”

3.4.10.6. MISIÓN

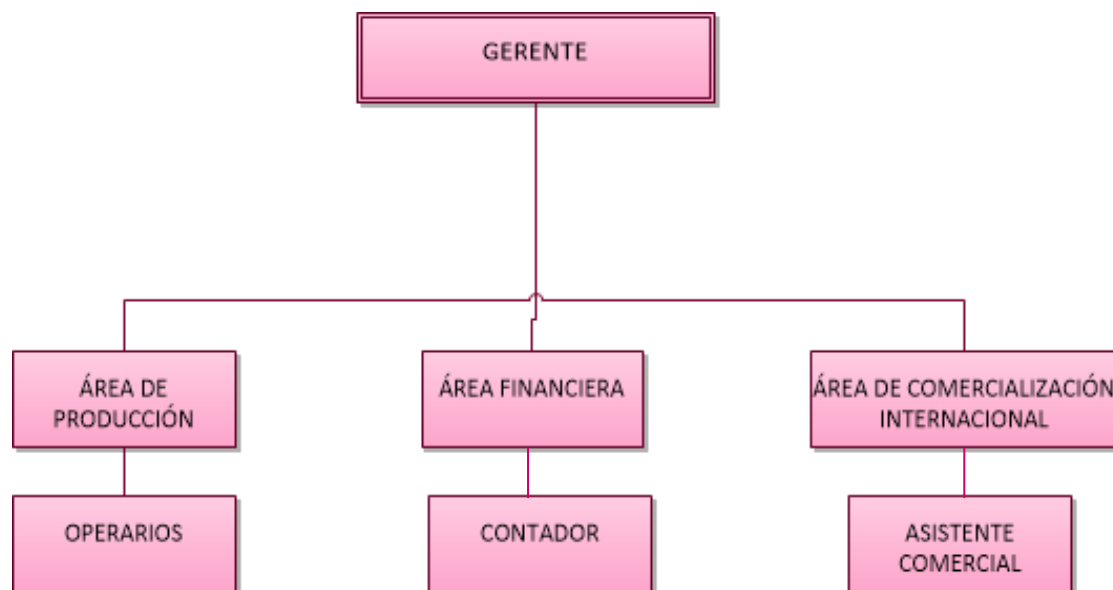
Somos una empresa centrada en extraer, producir y comercializar productos apícolas 100% orgánicos destinados a mejorar la calidad de vida de los consumidores; como son miel, polen, propóleo, jalea real y cera, comprometidos con el medio ambiente y basados en la experiencia, ofrecemos calidad y satisfacción a nuestros clientes a nivel nacional e internacional

3.4.10.7. VISIÓN

En el 2023, consolidarnos en el mercado nacional como productores y comercializadores de productos apícolas y al mediano plazo expandir nuestras actividades al mercado internacional con productos de calidad.

3.4.10.10. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Figura 7. Estructura Orgánica de la Apícola “Villa Real”



Fuente: Apícola Villa Real

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

3.4.10.11. MANUAL DE FUNCIONES

I. Identificación del Puesto	
Nombre del puesto: Gerente Propietario	Dependencia: Gerencia
Área: Gerencia General	Número de puestos: 1
II. RESUMEN DEL PUESTO	
Velar por la adecuada dirección y gestión de la Apícola Villa Real, brindando un producto de calidad que permita satisfacer las necesidades de los clientes y mantener una relación a largo plazo para lograr fidelizarlos y retenerlos.	
III. PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">✓ Definir los objetivos y metas de la empresa✓ Definir y formular las políticas de la empresa.✓ Planificar y controlar los ingresos y egresos de la empresa, minimizando los gastos y maximizando la productividad.✓ Evaluar las operaciones y resultados obtenidos en las transacciones comerciales.	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar y planificar los procesos de negociación y comercialización internacional. ✓ Planificar y poner en acción las promociones y publicidades, con el objetivo de incrementar las ventas. ✓ Representar a la empresa legal y judicialmente en su trato con terceros.
IV. PÉRFIL REQUERIDO
FORMACION ACADÉMICA O TÍTULO REQUERIDO:
Tener conocimientos en Apicultura, marketing, negocios internacionales y finanzas.
EXPERIENCIA LABORAL:
Tener experiencia laboral de 1 año en Apicultura, marketing y negocios internacionales
COMPETENCIAS:
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Destrezas en negocios internacionales ❖ Conocimientos en apicultura ❖ Capacidad de análisis de información ❖ Liderazgo ❖ Disponibilidad ❖ Personalidad ❖ Capacidad de organización

II. Identificación del Puesto	
Nombre del puesto: Operarios	Dependencia: Gerencia
Área: Producción	Número de puestos: 3
III. RESUMEN DEL PUESTO	
Ejecutar las actividades referentes a la preparación del producto y manejar los procesos de preservación para la obtención del propóleos de abeja, en óptima calidad con el fin de preparar, orientar y controlar los procedimientos acordes a la recolección, producción y envasado del producto.	
IV. PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colaborar en el control del inventario de la materia prima. ✓ Colaborar en el control del inventario de insumos, envases, empaques y embalajes. ✓ Mantenimiento de los equipos. ✓ Producción del propóleos de abeja. ✓ Preparar los pedidos de los clientes. 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprobar la calidad del producto. ✓ Inspeccionar y limpiar el área de producción, el equipo, las áreas de servicio para garantizar la seguridad y las prácticas higiénicas de manejo de alimentos.
V. PÉRFIL REQUERIDO
FORMACION ACADÉMICA O TÍTULO REQUERIDO:
Tener conocimientos en Apicultura o en alimentos.
EXPERIENCIA LABORAL:
Tener experiencia laboral de 1 año en Apicultura.
COMPETENCIAS:
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Disponibilidad ❖ Facilidad de comunicación ❖ Coordinación adecuada de actividades ❖ Manejo de maquinaria.

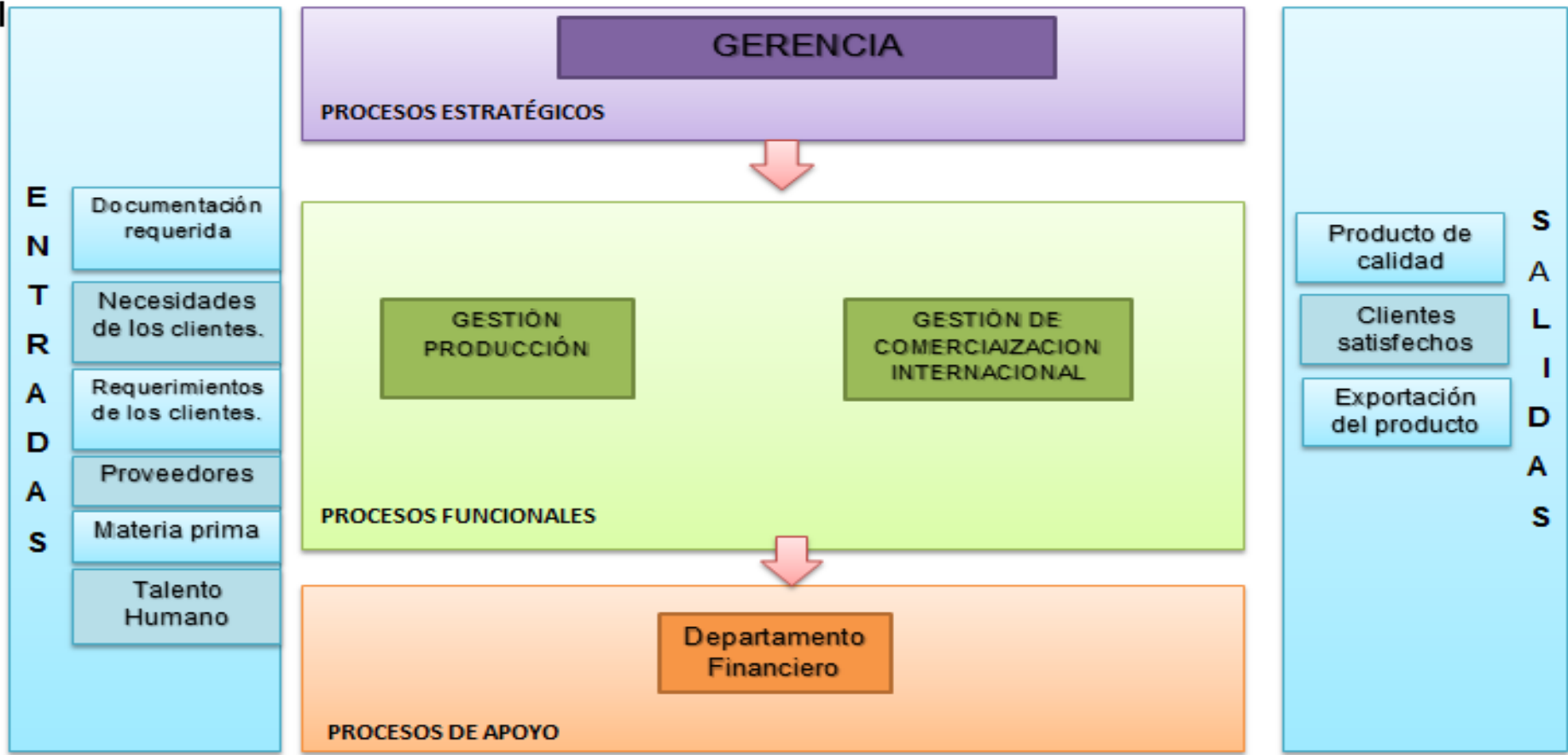
III. Identificación del Puesto	
Nombre del puesto: Contador	Dependencia: Gerencia
Área: Financiera	Número de puestos: 1
IV. RESUMEN DEL PUESTO	
Es el encargado de orientar, supervisar y organizar la actividad contable de la empresa, de acuerdo a las normas y principios de contabilidad generalmente aceptadas.	
V. PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Llevar la contabilidad al día y correctamente de conformidad con las normas establecidas ✓ Realizar balances semestrales y anuales de la empresa. ✓ Organizar y registrar los costos y gastos de la empresa ✓ Cuidar que todos los documentos tengan su respaldo, y para esto deben ser archivados correctamente. ✓ Tener absoluta transparencia en su trabajo y no transmitir información a particulares. 	
VI. PÉRFIL REQUERIDO	
FORMACION ACADÉMICA O TÍTULO REQUERIDO:	
Tener conocimientos en Contabilidad	
EXPERIENCIA LABORAL:	
Tener experiencia laboral de 1 año en Contabilidad y Auditoria	
COMPETENCIAS:	

- ❖ Disponibilidad
- ❖ Facilidad de comunicación
- ❖ Coordinación adecuada de actividades
- ❖ Liderazgo
- ❖ Toma de decisiones.

IV. Identificación del Puesto	
Nombre del puesto: Asistente Comercial Internacional	Dependencia: Gerencia
Área: Comercialización Internacional	Número de puestos: 1
V. RESUMEN DEL PUESTO	
Brindar información necesaria a los clientes sobre los productos que ofrece la empresa.	
VI. PRINCIPALES FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Buena relación laboral ✓ Realizar las actividades de negociación internacional y logística para el transporte del producto. ✓ Planear y dirigir las actividades comerciales internacionales. ✓ Determinar los pedidos y realizar la venta de los mismos. ✓ Efectuar el proceso y los trámites de exportación. 	
VII. PÉRFIL REQUERIDO	
FORMACION ACADÉMICA O TÍTULO REQUERIDO:	
Tener conocimientos en ingeniería de comercio exterior y negociación comercial internacional.	
EXPERIENCIA LABORAL:	
Tener experiencia laboral de 1 año en comercio exterior y negociación comercial internacional.	
COMPETENCIAS:	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Disponibilidad de tiempo ❖ Facilidad de comunicación ❖ Realiza y analiza estudios de mercado ❖ Coordinación adecuada de actividades ❖ Habilidad para la negociación ❖ Toma de decisiones en el proceso de internacionalización 	

3.4.10.12. DIAGRAMA DE PROCESOS

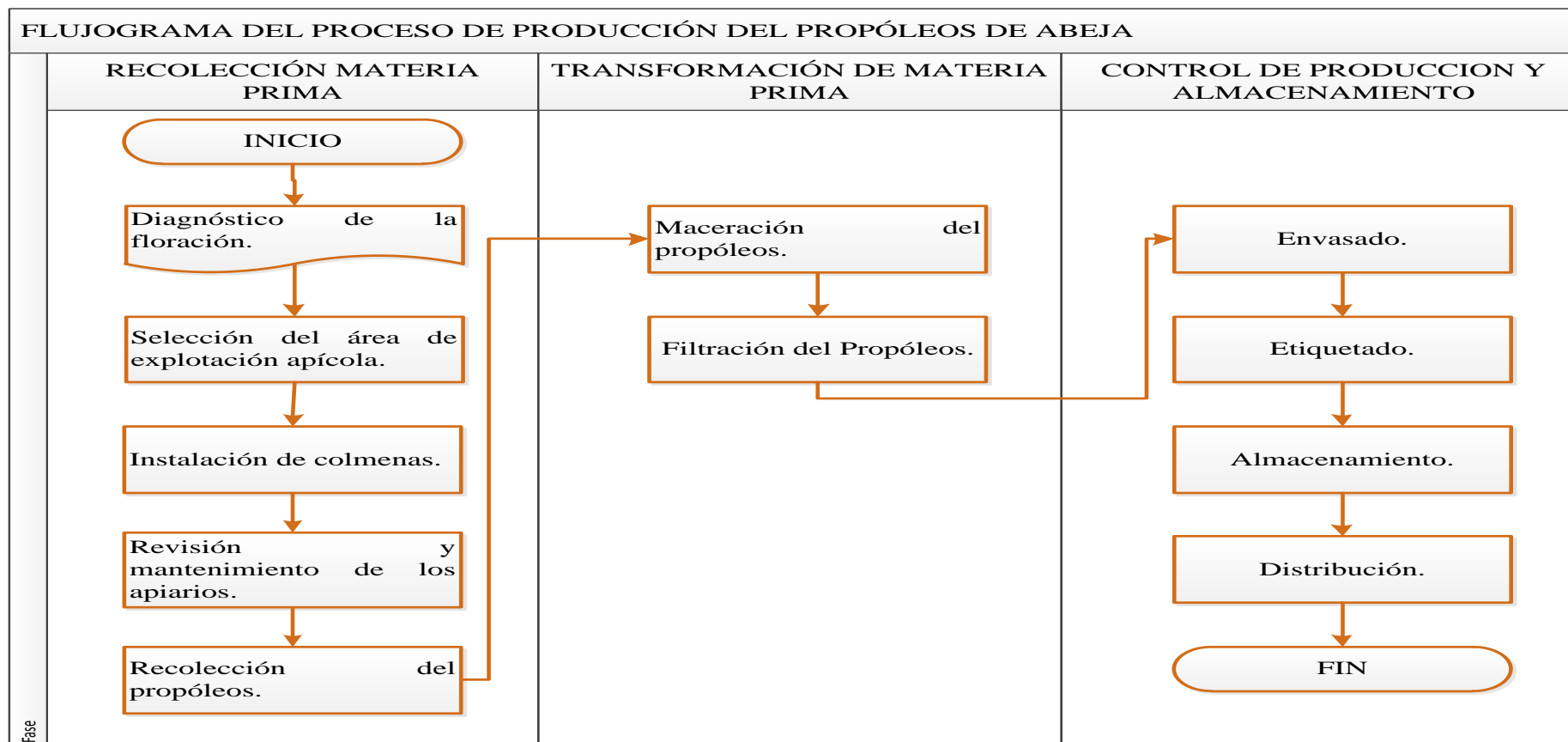
Figura 8. Diagrama de procesos de la Apícola “Villa Real”



3.4.10.12.1. FICHAS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Caracterización de procesos		Fecha:		
		Emisión	1	
		Tipo de proceso		
Nombre del proceso:		Gestión de Producción		
Objetivo del proceso:		Verificar que la producción se lleve a cabo con las más estrictas normas de calidad para la elaboración del propóleos de abaje en sprays		
Clientes	Entradas	Actividades	Salidas	Clientes
Jefe de Producción	Materia prima. Ordenes de pedido del producto. Proveedores de Insumos. Facturas de los pedidos.	1.- Diagnóstico de la floración. 2.- Selección del área de explotación apícola. 3.- instalación de colmenas. 4.- Revisión y mantenimiento de los apiarios. 5.- Recolección del propóleos. 6.- Maceración del propóleos. 7.- Filtración del Propóleos. 8.- Envasado. 9.- Etiquetado. 10.- Almacenamiento. 11.- Distribución.	Revisión del producto terminado. Entrega del producto. Satisfacción del cliente.	Operarios
Responsable y participantes	Procesos Interrelacionados	Objetivo		
Jefe de producción Operarios	Gestión de comercialización internacional Gestión Financiera	Satisfacción del cliente Entregar los insumos necesarios a los operarios. Realizar las compras de los insumos para la producción del propóleos de abeja.		

3.4.10.12.2. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

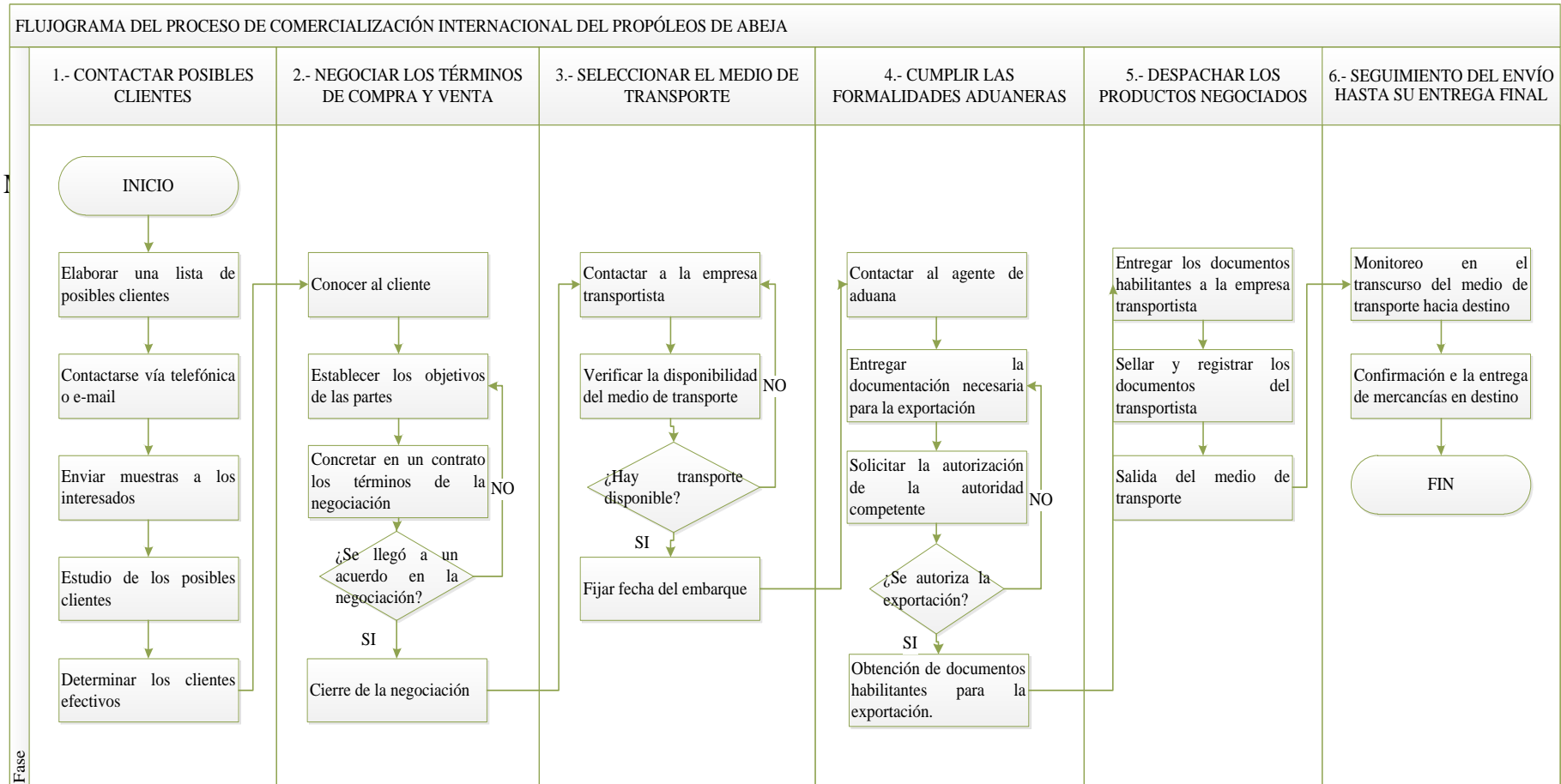


Fuente: Apícola Villa Real
 Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

3.4.10.12.3. FICHAS DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

Caracterización de procesos		Fecha:		
		Emisión	2	
		Tipo de proceso		
Nombre del proceso:		Gestión de Comercialización Internacional		
Objetivo del proceso:		Permitir que la empresa tenga un correcto manejo del proceso de comercio internacional para asegurar sus negocios fuera del territorio nacional.		
Clientes	Entradas	Actividades	Salidas	Clientes
Clientes externos de la empresa	Producto de calidad capaz de abastecer en mercados internacionales	1.- Contactar posibles clientes 2.- Negociar los términos de compra y venta 3.- Seleccionar el medio de transporte 4.- Cumplir las formalidades aduaneras 5.- Despachar los productos negociados 6.- Seguimiento del envío hasta su entrega final	Producto entregado en el exterior exitosamente Entrega del producto a nivel nacional. Satisfacción del cliente.	Importadores Exportadores Otros clientes
Responsables y participantes	Procesos Interrelacionados	Objetivo		
Asistente comercial	Gestión de Producción Gestión Financiera	Internacionalizar y comercializar el propóleo de abeja		

3.4.10.12.3. FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL



Fuente: Apícola Villa Real
Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

3.4.11 Distribución Física Internacional

3.4.11.1 Datos básicos del producto, embarque e información adicional.

Implica a cada aspecto del producto objeto de estudio e información adicional que ayudara a desarrollar el proceso de comercialización del propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real del cantón Montufar hasta Madrid- España.

Tabla 44. Información básica del producto

Información básica del producto	
Nombre técnico o comercial del producto	PROPÓLEOS
Posición arancelaria en el país exportador	0410.00.10.00
Posición arancelaria en el país importador	0410.00.10.01
Unidad comercial de venta	Unidades
Moneda de transacción	Dólar - USD
Valor ex-work de la unidad comercial	2,21
Información básica del embarque	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	San Gabriel
País de destino	España
Cuidad de punto de destino	Madrid
Nº de unidades comerciales por embarque	6240
Valor inicial del embarque (EXW)	13799,05867
Tipo de embalaje	Cajas
Tipo de unidad de carga	Contenedor de 20 pies.
Nº total de unidades de carga	1
Nº total de envíos al año	12
Información adicional	
Término de negociación	FOB
Tipo de Cambio	1
Porcentaje tasa de seguro	1,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Esta tabla muestra detalladamente los datos más relevantes del producto para su comercialización, entre ello se puede describir el nombre técnico o comercial del propóleos, la posición arancelaria en el país de origen y destino, la unidad comercial y el valor en fábrica de la misma, además en la información básica del embarque se aprecia el punto de origen así como también el punto de destino del producto a exportar, el mismo que se llevara a cabo mediante el término de negociación FOB, es decir, entrega hasta el puerto de embarque según los Incoterms 2010.

3.4.11.2 Cubicaje de la mercancía.

El cubicaje depende del tipo de mercancía que se va a exportar y los requerimientos que la misma necesite para ser movilizada, para el caso del propóleo de abeja se lo realiza con el propósito de que el producto viaje completamente ordenado y sin desperdiciar espacio, en el caso de la investigación para poder enviar 74880 unidades de propóleo de abeja de 50 ml cada una, en cajas de 24 unidades es necesario enviar 12 contenedores al año. Su empaque medirá 12 cm alto, 4 cm de largo y 4 cm de ancho.

Cada embalaje es decir, cada caja de 24 unidades tendrá las siguientes medidas: largo 0,25 mts, ancho 0,17 mts, alto 0,13 mts.

Tabla 45. Cálculo del cubicaje

UNIDAD DE CARGA (CONTENEDOR 20 PIES)		EMPAQUE (CAJAS DE 1,5 KG)																																			
 <p>20 pies estándar (dry cargo) 20'x8'x6'</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">MEDIDAS</th> <th colspan="2">EXTERNA</th> <th colspan="2">INTERNA</th> <th colspan="2">PUERTA ABIERTA</th> </tr> <tr> <th>Metros</th> <th>Pies</th> <th>Metros</th> <th>Pies</th> <th>Metros</th> <th>Pies</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LARGO</td> <td>6.05</td> <td>20'</td> <td>5.90</td> <td>19'4"</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ANCHO</td> <td>2.43</td> <td>8'</td> <td>2.34</td> <td>7'8"</td> <td>2.33</td> <td>7'8"</td> </tr> <tr> <td>ALTO</td> <td>2.59</td> <td>8'6"</td> <td>2.40</td> <td>8'6"</td> <td>2.29</td> <td>7'6"</td> </tr> </tbody> </table>		MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA		Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies	LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"			ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"	ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"		
MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA																																
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies																															
LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"																																	
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"																															
ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"																															
LARGO (m)	5,9	LARGO (m)	0,25																																		
ALTO (m)	2,4	ALTO (m)	0,13																																		
ANCHO (m)	2,345	ANCHO (m)	0,17																																		
Estimación del espacio																																					
Largo (m)	24	Cajas																																			
Ancho (m)	18	Cajas																																			
Alto (m)	14	Cajas																																			
Capacidad total de unidad de carga	6048	Cajas																																			

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofia

El cálculo del cubicaje para el contenedor de 20 pies se lo realizo en base a las medidas de largo, ancho y alto de la unidad de carga y de la caja que contiene el producto, con esos datos se ha obtenido la estimación de espacio del vehículo, que muestra que a lo largo entran 24 cajas, a lo ancho 18 cajas y a lo alto 14 cajas, logrando así una capacidad de carga del medio de transporte de 6048 cajas por envío.

3.4.11.3 Análisis de costos

La investigación se basa en la comercialización de 74880 unidades aproximadamente de propóleos de abeja anuales en el primer año para su venta, desde el cantón Montufar en la provincia del Carchi hasta Madrid- España, que permitirá atender parte de la demanda existente, a través de un proceso de comercialización por embarque de la siguiente forma:

3.4.11.3.1 Incoterms

Para la exportación de propóleos de abeja es necesario establecer el término de negociación con el cual se determina las obligaciones, costos y riesgos tanto del vendedor o exportador como del comprador o importador en todo el proceso logístico. Además

Tabla 46. Incoterms

INCOTERMS	TOTAL ENVÍO	VALOR ANUAL
EXW	13799,05	165588,704
Embalaje	18,44	221,28
Manipulación local	40	480
FCA/FAS	13857,49	166289,98
Transporte interno	700	8400
Manipuleo Embarque	60	720
Agentes	217	2604
Documentación	102,4	1228,8
FOB	14936,89	179242,78
Costo c/u		2,39
Utilidad 25%		25%
Precio de venta		2,99

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

En este caso como se puede observar en la Tabla N° 45 se utilizó los valores del término FOB, tomando en cuenta todos los costos de exportación hasta la entrega de la mercancía a bordo del buque, es decir los otros gastos cubre el importador hasta el lugar de destino, con esto se puede determinar el precio promedio de cada unidad de propóleos de abeja para el que se tomó en cuenta el costo de adquirir el producto, así como también los costos y gastos que implica la procesamiento en la Apícola “Villa Real”, además de los gastos administrativos y de exportación, dando como resultado un precio de \$ 2,39 al cual se le

agrega un margen de utilidad del 25% quedando el precio final de \$ 2,99 como se muestra en la tabla.

3.4.12. ESTUDIO ECONÓMICO

3.4.12.1 Inversión Inicial

La inversión inicial engloba a toda la adquisición de: activos fijos, capital de operación y gastos de constitución, aspectos importantes para la comercialización de propóleos de abeja a Madrid- España.

A continuación se detalla cada rubro:

3.4.12.1.1 Activos Fijos

El activo fijo con el que contara la Apícola Villa Real, se lo muestra a continuación, indicando con detalle el monto requerido por cada ítem.

Tabla 47. Activos fijos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Mesa de Desoperculación	1	400	400
Envasador	4	30	120
Trampas	10	2	20
Frasco Macerador	2	5	10
TOTAL MAQUINARIA Y UTENCILLOS			550
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Teléfono	1	35	35
Calculadora	1	15	15
Computadora	1	500	500
Impresora	1	250	250
TOTAL EQUIPOS			800
MUEBLES Y ENCERES			
Escritorios	3	100	300
Archivadores	3	35	105
Sillas	3	14	42
Muebles de oficina	3	150	450
TOTAL MUEBLES Y ENCERES			447
TERRENO			
Terreno	1	10000	10000
TOTAL TERRENO			10000
INFRAESTRUCTURA			
Construcción	1	6000	6000
TOTAL INFRAESTRUCTURA			6000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			17797

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.12.1.2 Activos diferidos o gastos de constitución

En estos gastos se detalla la inversión que se necesita realizar para legalizar el funcionamiento de la Apícola Villa Real.

Tabla 48. Activos Diferidos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudio y diseño	1	300	300
Gastos de constitución	1	130	130
Registros y permisos	1	80	80
Otros	1	50	50
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			560

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.12.1.3 Capital de Operación

En estos gastos se incluye todos los costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas y gastos de exportación que requiere la empresa para la producción del producto.

Tabla 49. Capital de Operación

DETALLE	VALOR
Costos de producción	165588,704
Gastos administrativos	21714,80
Gastos de ventas	7193,47
Gastos de comercio exterior	12952,80
Total C. Trabajo Anual	207449,77
# CICLOS COMERCIALES	12
Capital De Operación	17287,48

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Tabla 50. Inversión inicial

DETALLE	VALOR TOTAL
Inversión Fija	17797
Inversión Diferida	560
Capital De Trabajo	17287,48
TOTAL	35644,48

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Luego de este estudio se establece que la Apícola Villa Real necesita una inversión total de \$ 35644,48 de los cuales el 60% constituye al capital propio y el 40% se realizará a través

de financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 11,83% y a un plazo de 5 años.

Tabla 51. Estructura de Financiamiento

DETALLE	VALOR	PARTICIPACIÓN
Capital Propio	21386,69	60%
Capital Financiado	14257,79	40%
TOTAL	35644,48	100%

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

El valor financiado que se necesita para el estudio es del 40% , a continuación se muestra los detalles:

Tabla 52. Datos Financiamiento

DETALLE	VALOR
Monto	14257,79
Entidad financiera	Corporación Financiera Nacional
Tasa activa	11,83%
Plazo	5 años

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Modalidad de Pago

Los pagos del préstamo se regirán a las condiciones y exigencias de la Corporación Financiera Nacional, para lo cual se usa la siguiente formula:

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

Dónde:

M: préstamo

i anual: tasa de interés anual= 11,83%

i mensual: tasa de interés mensual= 11,83%/12=0,985%

n: plazo mensual

$$\text{Cuota} = \frac{14214,51 * 0,985\% * (1+0,985\%)^{60}}{(1+0,985\%)^{60} - 1}$$

Cuota= 315,93

Para una mayor comprensión se muestra la tabla de amortización:

Tabla 53. Amortización de la deuda

N° PAGO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO
0				14257,79
1	140,56	175,38	315,93	14082,42
2	138,83	177,10	315,93	13905,31
3	137,08	178,85	315,93	13726,46
4	135,32	180,61	315,93	13545,85
5	133,54	182,39	315,93	13363,46
6	131,74	184,19	315,93	13179,26
7	129,93	186,01	315,93	12993,26
8	128,09	187,84	315,93	12805,42
9	126,24	189,69	315,93	12615,72
10	124,37	191,56	315,93	12424,16
11	122,48	193,45	315,93	12230,71
12	120,57	195,36	315,93	12035,35
13	118,65	197,28	315,93	11838,06
14	116,70	199,23	315,93	11638,83
15	114,74	201,19	315,93	11437,64
16	112,76	203,18	315,93	11234,46
17	110,75	205,18	315,93	11029,28
18	108,73	207,20	315,93	10822,08
19	106,69	209,25	315,93	10612,83
20	104,62	211,31	315,93	10401,53
21	102,54	213,39	315,93	10188,13
22	100,44	215,50	315,93	9972,64
23	98,31	217,62	315,93	9755,02
24	96,17	219,77	315,93	9535,25
25	94,00	221,93	315,93	9313,32
26	91,81	224,12	315,93	9089,20
27	89,60	226,33	315,93	8862,87
28	87,37	228,56	315,93	8634,31
29	85,12	230,81	315,93	8403,50
30	82,84	233,09	315,93	8170,41
31	80,55	235,39	315,93	7935,03
32	78,23	237,71	315,93	7697,32
33	75,88	240,05	315,93	7457,27
34	73,52	242,42	315,93	7214,85
35	71,13	244,81	315,93	6970,04
36	68,71	247,22	315,93	6722,82
37	66,28	249,66	315,93	6473,17
38	63,81	252,12	315,93	6221,05
39	61,33	254,60	315,93	5966,44

N° PAGO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO
40	58,82	257,11	315,93	5709,33
41	56,28	259,65	315,93	5449,68
42	53,72	262,21	315,93	5187,47
43	51,14	264,79	315,93	4922,68
44	48,53	267,40	315,93	4655,28
45	45,89	270,04	315,93	4385,24
46	43,23	272,70	315,93	4112,53
47	40,54	275,39	315,93	3837,14
48	37,83	278,11	315,93	3559,04
49	35,09	280,85	315,93	3278,19
50	32,32	283,62	315,93	2994,58
51	29,52	286,41	315,93	2708,16
52	26,70	289,24	315,93	2418,93
53	23,85	292,09	315,93	2126,84
54	20,97	294,97	315,93	1831,88
55	18,06	297,87	315,93	1534,00
56	15,12	300,81	315,93	1233,19
57	12,16	303,78	315,93	929,41
58	9,16	306,77	315,93	622,64
59	6,14	309,80	315,93	312,85
60	3,08	312,85	315,93	0,00
TOTAL	4698,20	14257,79	18955,99	462313,84

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.12.2 Proyección De Costos Y Gastos

A continuación se describen los costos y gastos necesarios para el desarrollo del proyecto.

3.4.12.2.1 Costo de Producción

Para realizar las proyecciones de los costos de producción se consideró la tasa de inflación de 1,12% del año 2017 y en lo referente a los valores proyectados del personal operativo se tomó en cuenta el incremento salarial del 2,94%, los datos se proyectaron a los siguientes años con el objetivo de obtener los costos de producción a través del tiempo.

Tabla 54. Costo de Producción Proyectados

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Costo De Producción	148792,8	150459,279	152144,4233	153848,441	155571,543
Personal Operativo	16699,904	18348,88	18888,34	19443,66	20015,30
Costos Indirectos	96	97,08	98,16	99,26	100,37
Total Costo	165588,70	168905,24	171130,92	173391,36	175687,22

Producción**Fuente:** Investigación**Elaborado:** Imbaquingo Sofía**3.4.12.2.2 Gastos Administrativos**

Las proyecciones de gastos administrativos se realizaron sobre la tasa de inflación de 1,12% del año 2017 y para el personal administrativo se tomó en cuenta la tasa de incremento salarial de 2,94% para el cálculo de los gastos para los cinco años posteriores.

Tabla 55. Gatos Administrativos Proyectados

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos Y Salarios	18977,60	20735,54	21345,17	21972,71	22618,71
Servicios Básicos	1080,00	1092,10	1104,33	1116,70	1129,20
Útiles De Aseo	280,80	283,94	287,13	290,34	293,59
Suministros De Oficina	776,40	785,10	793,89	802,78	811,77
Gasto De Movilidad	600,00	606,72	613,52	620,39	627,33
Total Gastos Administrativos	21714,8	23503,4	24144	24802,9	25480,6

Fuente: Investigación**Elaborado:** Imbaquingo Sofía**3.4.12.2.3 Gastos de Ventas**

Las proyecciones de gastos en ventas se realizaron sobre la tasa de inflación de 1,12% del año 2017 y para el personal comercial se tomó en cuenta la tasa de incremento salarial de 2,94% para el cálculo de los gastos para los cinco años posteriores.

Tabla 56. Gastos de Ventas Proyectados

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldo Asistente Comercial	6113,468	6679,2	6875,6	7077,7	7285,8
Publicidad	600	606,72	613,52	620,39	627,33
Posicionar La Marca	480	485,38	490,81	496,31	501,87
Total Gasto De Venta	7193,468	7771,3	7979,9	8194,4	8415

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

3.4.12.2.4 Costos de Exportación

Las proyecciones de gastos de exportación se realizaron sobre la tasa de inflación de 1,12% del año 2017 para el cálculo de los gastos para los cinco años posteriores.

Tabla 57. Gatos de Exportación Proyectados

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Documentación	1228,8	1242,56	1256,48	1270,55	1284,78
Transporte	8400	8494,08	8589,21	8685,41	8782,69
Manipuleo De Embarque	720	728,06	736,22	744,46	752,80
Agente	2604	2633,16	2662,66	2692,48	2722,63
Total Gasto Exportación	12952,80	13097,87	13244,57	13392,91	13542,91

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. ANÁLISIS DE MATRIZ DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (POAM)

Tabla 30. Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.

	JAPÓN		ESPAÑA		FRANCIA	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	1,00	0,88	1,125	0,625	0,875	0,5
FACTORES POLÍTICOS	1,5	0,5	1,5	0,5	1,5	0,5
FACTORES LEGALES	2,5	0	3	0	3	0
FACTORES TECNOLÓGICOS	3	0	2	0	2	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	2	0	2,5	0	2	0
SUMA	10,00	1,38	10	1,13	9	1
PROMEDIO	2,00	0,28	2,03	0,23	1,88	0,20
OPORTUNIDADES-AMENAZAS	1,73		1,80		1,68	

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofia

Análisis del perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Después de haber analizado los indicadores más importantes para la elección del mercado internacional fue necesario realizar una ponderación de cada una de las alternativas comerciales determinando si representan una amenaza u oportunidad. Una vez realizado los cálculos respectivos, los resultados fueron casi similares en los tres países objeto de estudio, sin embargo el mercado óptimo es España con 1,80 puntos como resultado, esto debido a que tiene mayores oportunidades en los diversos factores socioeconómicos, políticos, tecnológicos, legales y geográficos, estos permiten una amplia posibilidad de poder ingresar a este mercado, además es necesario considerar que España pertenece a la Unión Europea y por ello cuenta con la normativa y tratados comerciales vigentes lo cual favorece al momento de determinar un tipo de negociación internacional.

4.1.2. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

En la entrevista realizada el (19/10/2017) al Gerente de la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, cantón Montufar, Provincia del Carchi, Ing. Hugo Villareal manifiesta que dentro de su Apícola cuenta con terrenos propicios para la producción y cultivo del propóleo de abeja, la recolección del producto se la realiza en Monteolivo, Cunquer, Bolívar, Capulí, San Gabriel, Pióter, Monteverde, Yair y Tulcán donde están ubicadas las colmenas y se lo procesa en la planta ubicada en la comunidad el Capulí, la capacidad de producción se encuentra en un promedio de 156 litros de propóleo quincenales es decir, 3120 frascos de 50 ml cada uno; pero actualmente la recolección del propóleo se la hace bajo pedido ya que no se está recolectando todo el producto que existe en las colmenas por falta de comercialización y de publicidad, además una cierta cantidad de este producto se lo oferta en los mercados locales de san Gabriel, Tulcán, Ibarra y Quito a un precio de \$ 5.00 USD, el frasco de 50 ml.

Por tal motivo es necesario aplicar estrategias de comercialización y promoción del propóleo de abeja, como un producto de origen natural con múltiples beneficios para la salud, ya que actúa como un producto antiviral, inmunoestimulante, antialérgico, anestésico, analgésico, antibacteriano.

4.1.3. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

El tipo de muestreo que se usó en la investigación para la aplicación de la encuesta fue el muestreo aleatorio simple, debido a que todos los miembros de la muestra fueron elegidos al azar, de manera que cada miembro de la población tuvo igual oportunidad de salir elegido en dicha muestra, permitiendo formar de una mejor manera la muestra de los consumidores de propóleo en España.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

		94%
Z	NIVEL DE SIGNIFICANCIA	1,881
D	DESVIACIÓN ESTANDAR	0,5
E	NIVEL DE ERROR	0,06
N	POBLACIÓN EN ESTUDIO	4582328

CÁLCULO

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$
$$n = \frac{4582328 * (0,5)^2 * (1,881)^2}{(4582328 - 1) * (0,06)^2 + (0,5)^2 * (1,881)^2}$$
$$n = \frac{4053253,73}{16497,26}$$
$$n = 245,69$$
$$n = 246$$

El número de encuestas aplicadas es a 246 consumidores de propóleos de abeja, que realizan la compra del producto en España.

A continuación se realiza el análisis de la información obtenida por parte de los consumidores de propóleos en España.

Frente a cada una de las interrogantes planteadas los encuestados manifestaron lo siguiente:

DATOS GENERALES:

ANÁLISIS DEL GÉNERO DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

1.- Género:

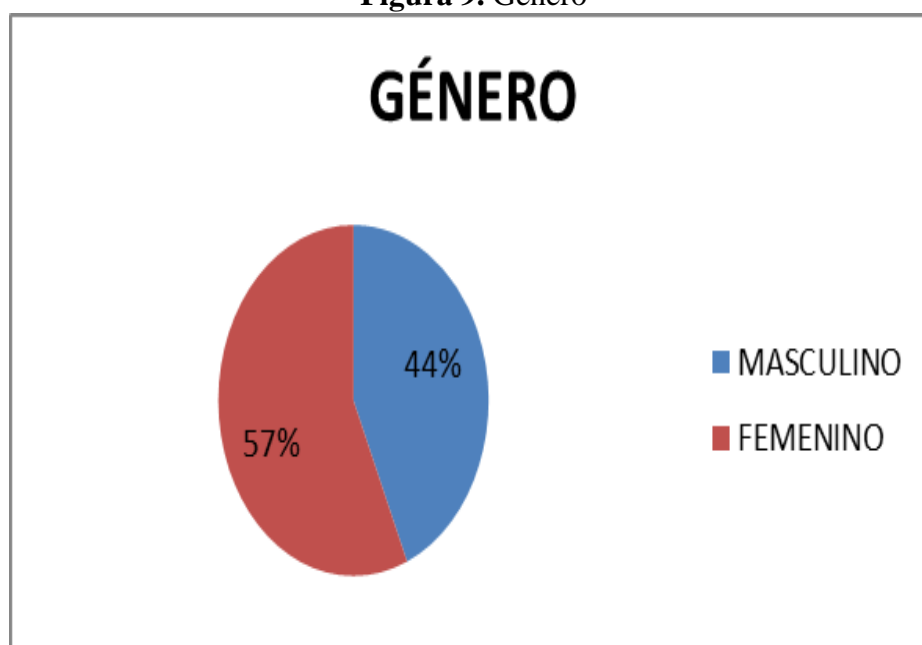
Tabla 58. Género

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MASCULINO	107	43,50%
FEMENINO	139	56,50%
OTRO	0	0
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 9. Género



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

Existe un extenso número de personas encuestadas de género femenino, debido a que el propóleo es un producto que está dirigido en su mayoría a las amas de casa, ya que es usado en los hogares por sus múltiples beneficios medicinales.

ANÁLISIS DE LA EDAD DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

2.- Edad:

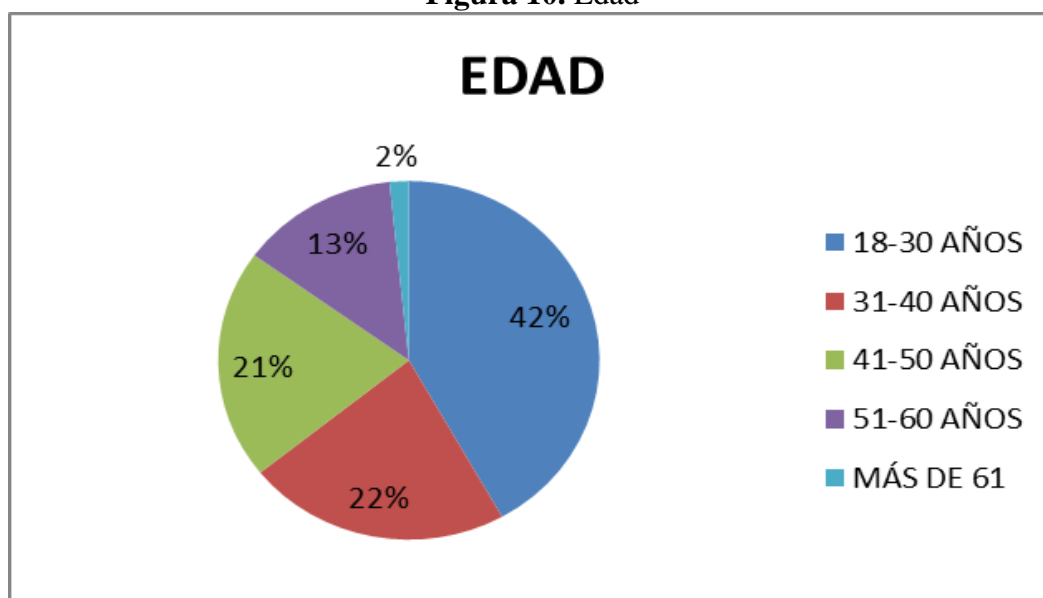
Tabla 59. Edad

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-30 AÑOS	103	41,87%
31-40 AÑOS	55	22,36%
41-50 AÑOS	51	20,73%
51-60 AÑOS	33	13,41%
MÁS DE 61	4	1,63%
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 10. Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis e interpretación de resultados.-

La tabla 59 indica el rango de edad en el que se ubican las personas encuestadas, la cual señala que el mayor número de personas se encuentra en el rango de 18 a 30 años de edad y se puede decir que al concentrarse la mayoría de los encuestados en este rango de edad ellos son quienes adquirirán el producto, además forman parte del grupo de la población económicamente activa, sin embargo se observa que existe carencia de opinión en las personas de edades avanzadas.

PREGUNTA 3.- ¿Conoce usted que el propóleos de abeja es un producto de origen natural con múltiples propiedades medicinales que no contiene aditivos ni conservantes?

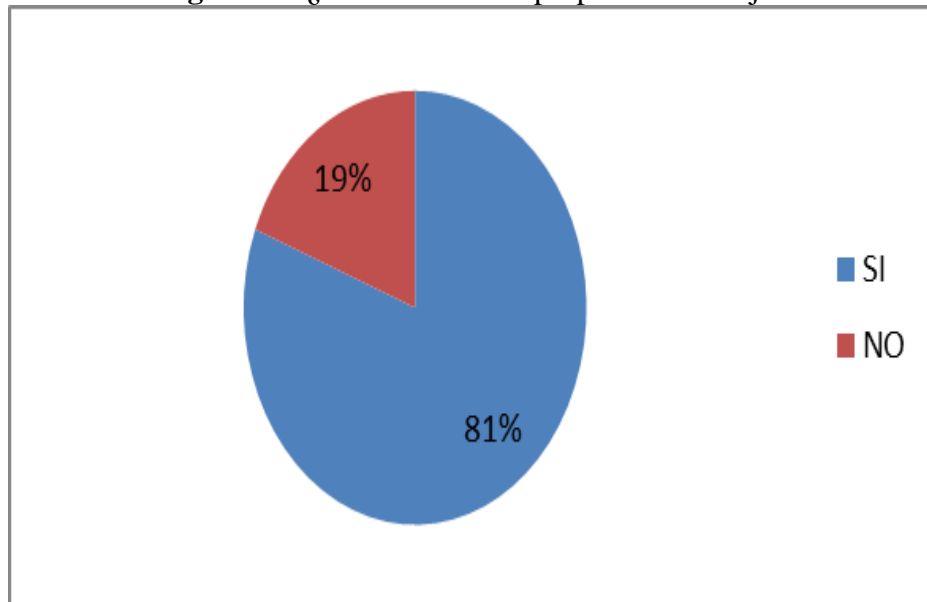
Tabla 60. ¿Conoce usted el propóleos de abeja?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	199	80,89%
NO	47	19,11%
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 11. ¿Conoce usted el propóleos de abeja?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

Del total de la población encuestada en su mayoría afirma conocer que el propóleos de abeja es un producto de origen animal, por tal razón se puede observar que el 81% de las personas usan el producto por sus beneficios medicinales naturales, sin embargo existe un índice bajo que menciona que no conoce el producto.

PREGUNTA 4.- ¿Es usted consumidor de propóleos de abeja?

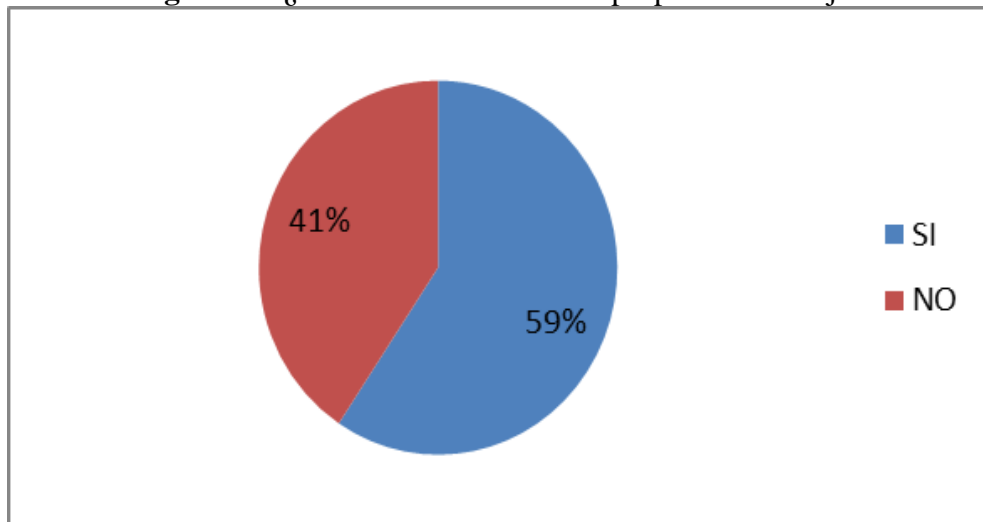
Tabla 61. ¿Es usted consumidor de propóleos de abeja?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	146	59,35%
NO	100	40,65%
TOTAL	240	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 12. ¿Es usted consumidor de propóleos de abeja?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

Se puede observar que de la población encuestada un alto porcentaje afirma consumir propóleos de abeja, por considerarse un producto natural que posee diversidad de propiedades terapéuticas y medicinales, y de acuerdo a la cultura española se inclinan por productos naturales que les permitan mejorar su salud sin el uso de fuertes químicos.

PREGUNTA 5.- ¿Por qué consume propóleos de abeja?

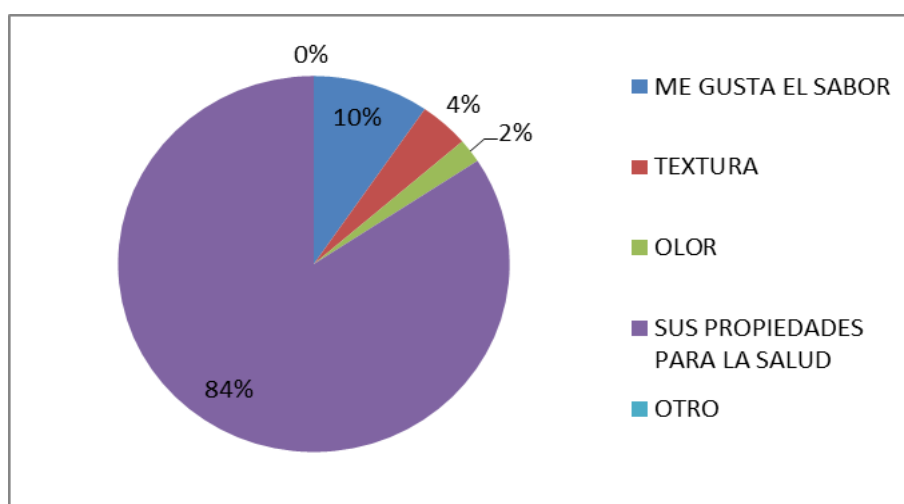
Tabla 62. ¿Por qué consume propóleos de abeja?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ME GUSTA EL SABOR	14	9,59%
TEXTURA	6	4,11%
OLOR	3	2,05%
SUS PROPIEDADES PARA LA SALUD	123	84,25%
OTRO	0	0%
TOTAL	146	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 13. ¿Por qué consume propóleos de abeja?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

De las personas encuestadas manifestaron en su mayoría que consumen el propóleos de abeja por sus propiedades para la salud, es decir por ser un producto antiviral, antiséptico, analgésico y antiinflamatorio que se lo puede usar para aliviar varias partes del organismo de forma natural, sin embargo una menor proporción de la población indicó que consume el producto por su sabor, olor o su textura.

PREGUNTA 6.- ¿Por qué no lo consume?

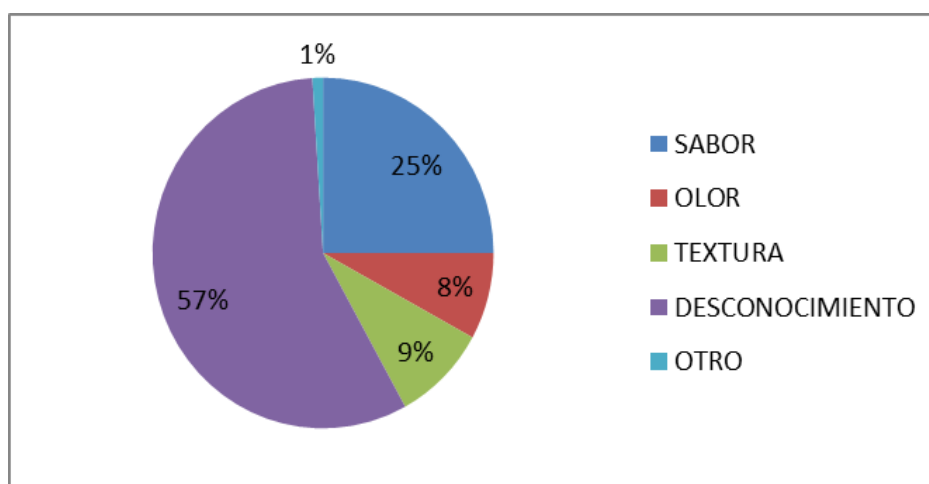
Tabla 63. ¿Por qué no lo consume?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SABOR	25	25%
OLOR	8	8%
TEXTURA	9	9%
DESCONOCIMIENTO	57	57%
OTRO	1	1%
TOTAL	100	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 14. ¿Por qué no lo consume?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

En la investigación es necesario conocer las razones porque la población no consume el propóleos de abeja, por lo que se ha identificado que el 57% de los encuestados no lo hace por el desconocimiento del producto y de todos los beneficios que este puede brindar y aportar a la salud, por tal motivo se hace necesario desarrollar un amplio esfuerzo comercial y publicitario con el que se pueda dar a conocer el producto al mercado.

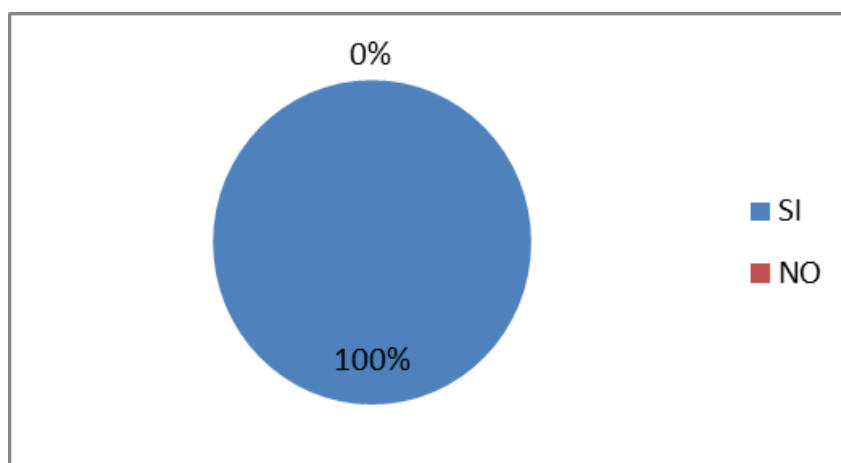
PREGUNTA 7.- ¿Si se oferta un producto natural con múltiples beneficios antioxidantes, antibacteriano, antiinflamatorio, analgésico, inmunoestimulante, antialérgico, anestésico, antitumoral como es el propóleos de abeja usted estaría dispuesto a consumirlo?

Tabla 64. ¿Estaría dispuesto a consumir propóleos de abeja?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	246	100%
NO	0	0%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado: Imbaquingo Sofia

Figura 15. ¿Estaría dispuesto a consumir propóleos de abeja?



Fuente: Encuesta
Elaborado: Imbaquingo Sofia

Análisis.-

A la población encuestada se le preguntó si estaría dispuesta a consumir un producto natural con múltiples beneficios antioxidantes, antibacteriano, antiinflamatorio, analgésico, inmunoestimulante, antialérgico, anestésico, antitumoral como es el propóleos de abeja producido en la comunidad de Capulí del Cantón Montufar, los resultados son satisfactorios, ya que la población si compraría el producto.

PREGUNTA 8.- ¿Con que frecuencia usted estaría dispuesto adquirir el propóleos de abeja?

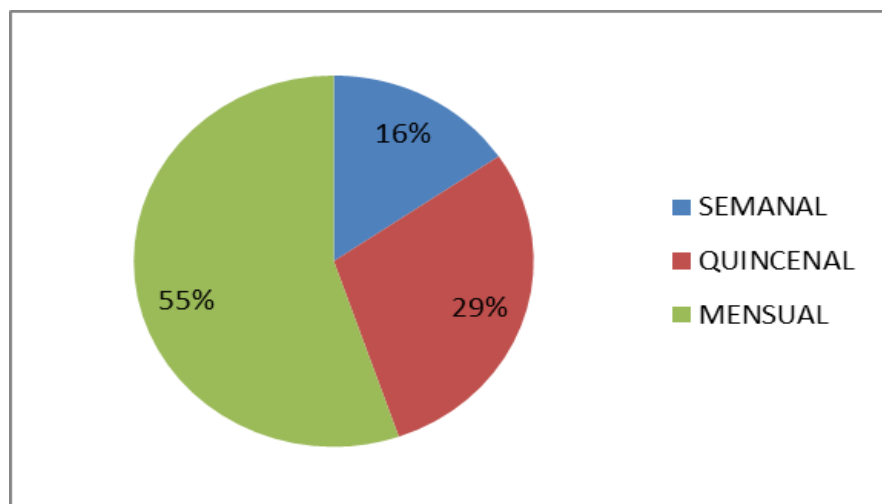
Tabla 65. ¿Con que frecuencia usted adquiriría el propóleos de abeja?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANTAL	38	15,45%
QUINCENAL	72	29,27%
MENSUAL	136	55,28%
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 16. ¿Con que frecuencia usted adquiriría?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

Se puede observar en el gráfico que un 55,28% de la población española adquiriría mensualmente el producto, mientras que el 29,27% de la población requiere el producto cada quince días, entonces se puede deducir que en mercado ahí la necesidad de comprar el producto.

PREGUNTA 9.- ¿Qué tipo de presentación le gustaría adquirir?

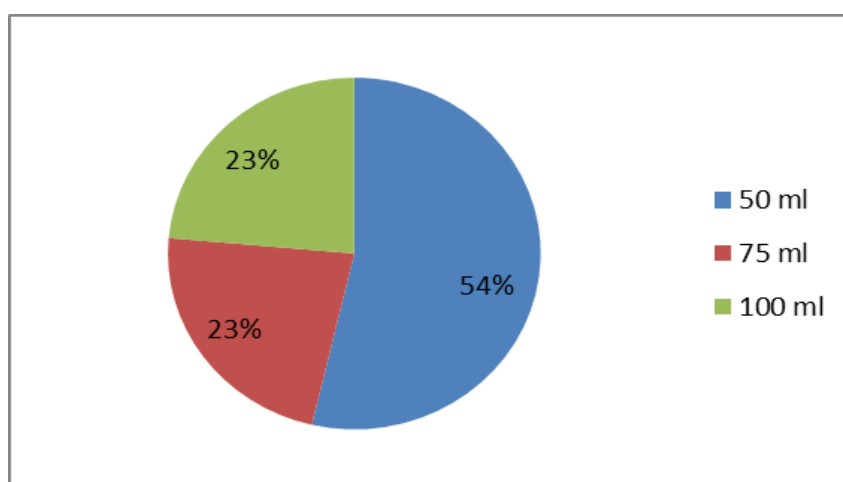
Tabla 66. ¿Qué presentación le gustaría adquirir?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 ml	132	53,66%
75 ml	56	22,76%
100 ml	58	23,58%
TOTAL	240	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 17. ¿Qué presentación le gustaría?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

La mayor parte de la población prefiere adquirir el propóleo de abeja en una presentación de 50ml es decir, la presentación más pequeña es la de mayor acogida por el público, mientras que las presentaciones de 75 y 100 ml no tienen un porcentaje representativo de aceptación en la población, por lo tanto al momento de la producción del producto es importante tenerlo en cuenta en su presentación y diseño.

PREGUNTA 10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 50 ml de propóleos de abeja?

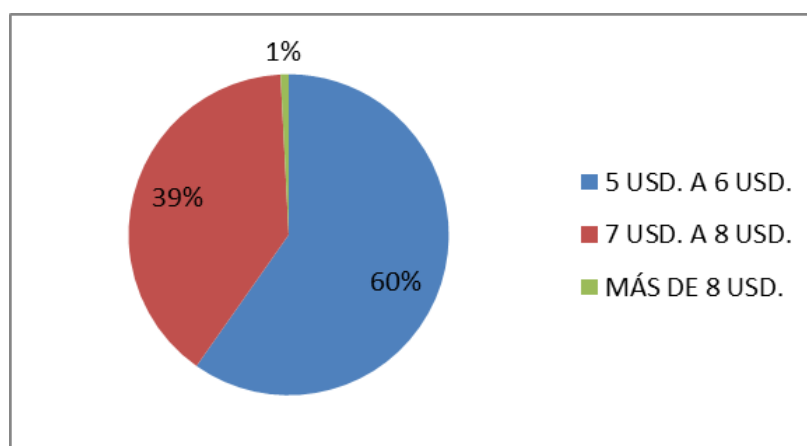
Tabla 67. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 USD. A 6 USD.	147	59,76%
7 USD. A 8 USD.	97	39,43%
MÁS DE 8 USD.	2	0,81%
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

En la población encuestada existe un amplio número de personas que responde a la opción de estar dispuestos a pagar entre 5 y 6 dólares por el producto, sin embargo un grupo significativo de la población estaría dispuesto a pagar entre 7 y 8 dólares. Es decir, se puede establecer un precio que oscile entre los 5 y 7.50 dólares como precio tentativo para el producto, después de analizar los distintos factores y costos incurridos en el proceso de producción.

PREGUNTA 11.- ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

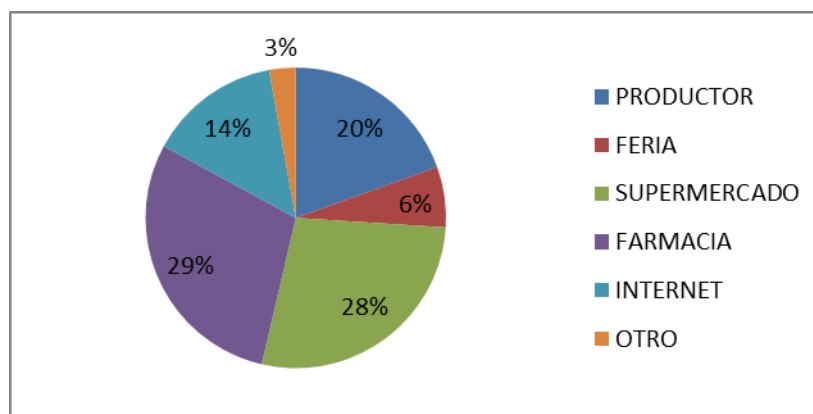
Tabla 68. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRODUCTOR	48	19,51%
FERIA	16	6,50%
SUPERMERCADO	68	27,64%
FARMACIA	72	29,27%
INTERNET	35	14,23%
OTRO	7	2,85%
TOTAL	246	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 19. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

Es importante identificar en qué lugares le gustaría adquirir el producto a nuestros posibles clientes y de igual forma se puede elegir el canal de distribución adecuado. Con esta premisa se identifica que a la población encuestada le gustaría adquirir el producto en las farmacias y en los supermercados, pues esta elección se puede decir que se da por la cercanía a los hogares y la facilidad que existe para comprar el producto a toda hora, muy de cerca también se centra las compras por internet ya que en la actualidad por la falta de tiempo libre ya sea por sus labores del hogar o de trabajo las personas prefieren ir a los lugares de mayor acceso y que le tome menos tiempo adquirir un producto.

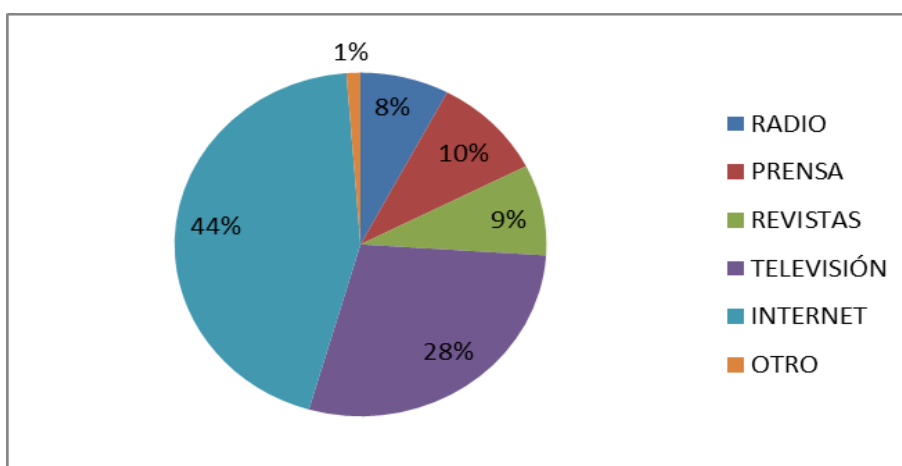
PREGUNTA 12.- ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Tabla 69. ¿Por qué medio le gustaría recibir información del producto?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	19	7,72%
PRENSA	24	9,76%
REVISTAS	21	8,54%
TELEVISIÓN	70	28,5%
INTERNET	109	44,31%
OTRO	3	1,21%
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta
Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 20. ¿Por qué medio le gustaría recibir información?



Fuente: Encuesta
Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

Los posibles clientes del producto prefieren recibir la información sobre el propóleo de abeja por medio de anuncios y publicidad a través de internet y televisión, en ese orden de importancia; considerando que la población encuestada corresponde a la población económicamente activa, razón por la cual tienen mayor acceso a las tecnologías de la información y por ende les permite tener acceso e informarse por estos medios.

PREGUNTA 13.- ¿Cuál sería el envase de su preferencia?

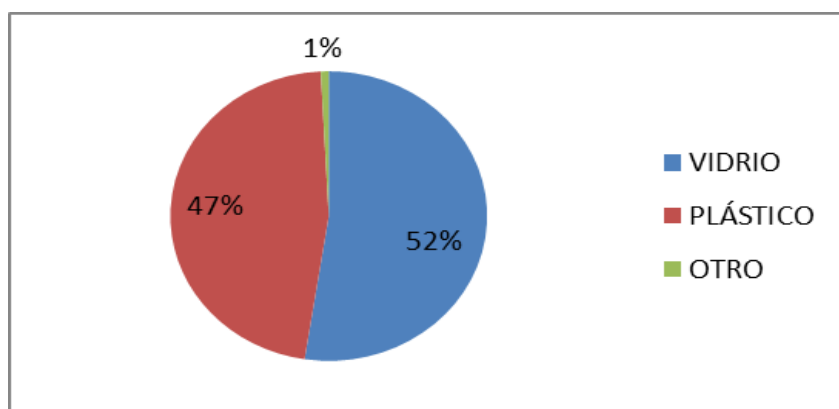
Tabla 70. ¿Cuál sería el envase de su preferencia?

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VIDRIO	129	52,44%
PLÁSTICO	115	46,75%
OTRO	2	0,81%
TOTAL	246	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Figura 21. ¿Cuál sería el envase de su preferencia?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

La mayor parte de la población encuestada asume que le gustaría el spray de vidrio, pues se asume que es un envase mucho más práctico para la presentación, manipulación y conservación del producto, además la población prefiere este tipo de envase porque se lo puede reutilizar o reciclar y es mucho más amigable con el medio ambiente.

4.1.4. FICHA DE OBSERVACIÓN

En la siguiente ficha de observación se puede conocer el funcionamiento de la planta procesadora, al lugar se asistió con el propósito de verificar los procesos de producción, logísticos y organizacionales de la Apícola Villa Real, obteniendo los siguientes resultados:

Ficha de Observación Aplicada a la Apícola "Villa Real"		003	
Tema: “Alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.”			
Fecha: 19 de Octubre del 2017			
Grupo: Planta Procesadora			
INDICADORES		ESCALA CUALITATIVA	
INFRAESTRUCTURA	Muy Bueno	Bueno	Regular
Pisos		X	
Techo	X		
Herramientas de trabajo	X		
Tamaño de las instalaciones		X	
Adecuada distribución	X		
Vías de acceso	X		
Limpieza	X		
Disponibilidad de servicios básicos (agua potable, luz)	X		
PROCESO DE PRODUCCIÓN	Si		No
Espacio disponible para la producción	X		
Recepción de la materia prima	X		
Almacenamiento del producto	X		
Control de calidad durante el proceso del producto	X		
Registros del proceso de producción	X		
El tiempo de producción es el adecuado	X		
Existe rentabilidad de la producción	X		
Producto satisface los volúmenes demandados	X		
Capacidad de producción	X		
RECUSOS HUMANOS	SI		NO

Mano de obra disponible	X	
Personal capacitado	X	
Remuneración a los trabajadores	X	
Capacitación y asistencia técnica	X	
Manual de procedimientos		X
ORGANIZACIÓN	Si	No
Tienen definido el tipo de organización	X	
Cumple con los requisitos establecidos por ley	X	
Tiene establecido un organigrama		X
Capacitaciones	X	
COMERCIALIZACIÓN	Si	No
Venta en el mercado local	X	
Capacidad de negociación	X	
Conocimiento de mercados potenciales		X
Conocimiento de las necesidades de los consumidores		X

Fuente: Apícola Villa Real (2017)

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Análisis.-

En la ficha de observación que se aplicó el día 19 de Octubre del 2017 en la visita a la planta procesadora de propóleos de abeja se determinó el tipo de infraestructura con la que cuenta la Apícola “Villa Real”; en el recorrido se observó cómo se lleva a cabo el proceso de producción y todas las actividades que se realizan en el área de producción, también se pudo observar a todo el personal administrativo y de planta que forman parte de la empresa. Además, el Ingeniero Hugo Villarreal Gerente propietario de la apícola supo manifestar que la organización cumple cabalmente con todos los requisitos y especificaciones de ley para poder operar. En el ámbito de la comercialización se constató que actualmente el producto se está ofertando en el mercado local, desaprovechando la oportunidad de comercializar el propóleos de abeja en el mercado nacional e internacional, esto se da por el desconocimiento de los mercados potenciales y de las necesidades que existen en los consumidores.

4.1.5. ESTADOS FINANCIEROS

4.1.5.1. Estado de resultados.- Este estado ayuda a determinar los ingresos y gastos que genera el proyecto, de esta forma se puede conocer la utilidad esperada. El estado de resultados que se muestra en la tabla siguiente se encuentra proyectado a cinco años con el propósito de definir las pérdidas o ganancias que generara la comercialización de propóleos de abeja.

Tabla 71. Estado de Resultados

INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	224053,48	238910,56	254752,81	271645,57	289658,50
Cantidad	74880,00	78960,96	83264,33	87802,24	92587,46
Precio	2,99	3,03	3,06	3,09	3,13
(-) Costo de Productos Vendidos	165588,70	168905,24	171130,92	173391,36	175687,22
(=) Utilidad Bruta en Ventas	58464,78	70005,32	83621,89	98254,21	113971,28
(-) Gastos Operacionales	41861,068	44372,5694	45368,4905	46390,2351	47438,5235
Gastos Administrativos	21714,8	23503,3981	24144,023	24802,9181	25480,6142
Gastos de Ventas	7193,468	7771,29996	7979,90003	8194,41033	8415,00213
Gastos de Comercio Exterior	12952,80	13097,87	13244,57	13392,91	13542,91
Utilidad Operacional	16603,71	25632,75	38253,40	51863,98	66532,76
(-) Gastos Financieros	1568,75	1291,11	978,77	627,41	232,16
(=) Utilidad Neta Antes de Impuestos	15034,95	24341,65	37274,63	51236,57	66300,60
(-) 15% Participación Trabajadores	2255,24	3651,24684	5591,19406	7685,48485	9945,0896
Utilidad Antes de Impuesto Renta	12779,71	20690,40	31683,43	43551,08	56355,51
22% Impuesto a la Renta	2811,53625	4551,88773	6970,35526	9581,23777	12398,2117
(=) Utilidad NETA	9968,17	16138,51	24713,08	33969,84	43957,30

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

En la tabla anterior se puede apreciar que el 15% de la participación de los trabajadores se establece de acuerdo al Código de trabajo (LEXIS, 2015, p.33) art. 97 menciona: “El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas”.

Y el 22% del impuesto a la renta se establece de acuerdo a lo que establece el SRI que manifiesta: “Los ingresos gravables obtenidos por sociedades constituidas en el Ecuador, se aplicarán la tarifa del 22% sobre su base imponible”.

Con estos datos se puede concluir que el proyecto es favorable porque cada año proyectado deja un margen de ganancia considerable para la empresa.

4.1.5.2. Flujo neto de efectivo.- el flujo neto de efectivo tiene la finalidad de medir el efectivo durante la vida útil del proyecto.

Con el flujo neto de efectivo también se llevó a cabo el análisis de los indicadores financieros , los mismo que permiten tomar decisiones en el proyecto.

Tabla 72. Flujo Neto de Efectivo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operacionales						
Ventas		224053,48	238910,56	254752,81	271645,57	289658,50
Cantidad		74880,00	78960,96	83264,33	87802,24	92587,46
Precio		2,99	3,03	3,06	3,09	3,13
(-) Costo de Productos Vendidos		165588,70	168905,24	171130,92	173391,36	175687,22
(=) Utilidad Bruta en Ventas		58464,78	70005,32	83621,89	98254,21	113971,28
(-) Gastos Operacionales		41861,068	44372,5694	45368,4905	46390,2351	47438,5235
Gastos Administrativos		21714,8	23503,3981	24144,023	24802,9181	25480,6142
Gastos de Ventas		7193,468	7771,29996	7979,90003	8194,41033	8415,00213
Gastos de Comercio Exterior		12952,80	13097,87	13244,57	13392,91	13542,91
Utilidad Operacional		16603,71	25632,75	38253,40	51863,98	66532,76
(-) Gastos Financieros		1568,75	1291,11	978,77	627,41	232,16
(=) Utilidad Neta Antes de Impuestos		15034,95	24341,65	37274,63	51236,57	66300,60
(-) 15% Participación Trabajadores		2255,24	3651,24684	5591,19406	7685,48485	9945,0896
Utilidad Antes de Impuesto Renta		12779,71	20690,40	31683,43	43551,08	56355,51
22% Impuesto a la Renta		2811,53625	4551,88773	6970,35526	9581,23777	12398,2117
(=) Utilidad NETA		9968,17	16138,51	24713,08	33969,84	43957,30
(-) Capital		2222,44	2500,09	2812,43	3163,79	3559,04
(+) Depreciación		666,37	666,37	666,37	399,70	399,70
(+) Amortización		112	112	112	112	112
(=) Flujo Neto de Efectivo	-35644,48	8524,10	14416,78	22679,01	31317,76	40909,96

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

4.1.6. INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad. (Alcántara, 2013,p.3)

Tabla 73. Indicadores Financieros

AÑO	F.E	FACTOR ACTUALIZACION	F.E. DESCONTADOS
0	-35644,48		
1	8.524,10	0,893	7615,97
2	14.416,78	0,798	11508,59
3	22.679,01	0,713	16175,38
4	31.317,76	0,637	19957,11
5	40.909,96	0,569	23292,33
SUMATORIA F.E			78549,38
INVERSION INICIAL			-35644,48
VAN			\$ 78.549,38
TIR			42%
IR			\$ 2,20
COSTO BENEFICIO			1,48

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofia

VAN (Valor Actual Neto) es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, es decir sirve para determinar, si luego de descontar la inversión inicial quedara alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. (FinancialRed, 2015), en el caso de la investigación el VAN es igual a \$ 78549, 38 dólares.

TIR (Tasa Interna de Retorno) es un indicador de rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad (FinancialRed, 2015). En la investigación el TIR es del 42% superior a la tasa de interés de las instituciones financieras.

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como propósito diagnosticar las alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, cantón Montúfar, para lo cual fue necesario evaluar el alcance de los objetivos de la investigación, así como también cuantificar las ventajas y desventajas que conlleva invertir recursos económicos en este proyecto. Para poder cumplir con estos objetivos se aplicó tres instrumentos de recolección de información.

Para la aplicación de los instrumentos fue necesario la opinión y criterio de profesionales en el área, con el propósito de verificar la confiabilidad y veracidad de los mismos. Una vez realizado esto se procedió al levantamiento de información, se debe tomar en cuenta que la empresa en estudio lleva pocos años en funcionamiento, en consecuencia de ello la recolección de datos estadísticos fue limitada en ciertos aspectos económicos.

En primer lugar en la investigación se recurrió a realizar un estudio de mercado con el propósito de identificar cual es la mejor alternativa de mercado que permita la internacionalización del propóleos de abeja, para lo cual se usó la Matriz de Evaluación del Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM), en la que se tomó en cuenta a los 3 principales destinos de exportación del propóleos de abeja que según datos del Trade Map (2017) son Japón, España y Francia, en estos países se investigó sobre los factores socioeconómicos, políticos, legales, tecnológicos y factores geográficos aspectos con los que se pudo determinar que el mejor país para la comercialización internacional es España debido a que, en este país actualmente existe un mercado creciente ya que su producción es insuficiente y no les alcanza a cubrir la demanda existente.

Según (Alviz & Lydí, 2017, p.1) España ocupa el primer lugar en el censo de apicultura con un 17,1% del total de colmenas de Europa, con un volumen exportador del 27,9%; los destinos principales son Francia y Alemania. En el plano extracomunitario, España importa propóleos de abeja de China y Argentina ocupando el 2º lugar de las importaciones a nivel mundial. Por este motivo y por los datos arrojados según la matriz POAM realizada se pretende ofertar el producto en estudio a este destino aprovechando todas las ventajas y beneficios de esta oportunidad comercial, pues la población española actualmente se está inclinando por el consumo de productos naturales que ayuden a mejorar su calidad de vida.

España en la actualidad está importando propóleos de abeja desde Francia, China, Alemania y Grecia en grandes cantidades, por tal motivo se puede observar que las importaciones de propóleos de abeja tiene un mercado de aceptación importante, entonces se genera una oportunidad para el Ecuador por ser un país mega diverso en la producción de materias primas transformándolas a productos finales. Además, se convierte en una ventaja para la Federación Nacional de Apicultores del Ecuador (FENADE), porque al desarrollar la actividad apícola en el Ecuador según lo manifestado por (Morejón, 2017) se ha logrado obtener una producción nacional de 700 toneladas de miel, 200 toneladas de propóleos y 100 toneladas de otros productos derivados de la colmena, permitiendo con esto cubrir la demanda nacional y abrir la oportunidad de internacionalizar el propóleos de abeja para ganar competitividad en el mercado mundial, generar mayor rentabilidad y disminuir el riesgo de estar en un solo mercado con el producto.

Entonces los resultados antes mencionados muestran que se debe poner en marcha el proyecto, de la Apícola Villa real creando la posibilidad de fortalecerse en el mercado internacional con la comercialización de propóleos de abeja en spray como producto final. Según la entrevista realizada al Gerente propietario de la Apícola la empresa se encuentra en la posibilidad de producir 74880 unidades en el año aproximadamente para comercializarlas, cada unidad de 50 ml se oferta en el mercado nacional a un precio de \$5,00 dólares, lo cual hace que el producto sea competitivo porque en el mercado español la unidad de 50 ml lo ofertan a un precio de \$14,14, generando así competitividad, mayor ganancia y rentabilidad, es importante recalcar que la exportación es el camino para comercializar el producto, y de esta forma mejorar las condiciones de vida del propietario de la empresa y sobre todo dar a conocer el producto a nivel internacional a través de la publicidad y la promoción.

Según la encuesta aplicada, se pudo determinar aspectos importantes como porque consumen el propóleos de abeja, el precio, en qué lugar le gustaría adquirir el producto y el tipo de envase que le gustaría que llegue el producto.

Todos estos datos se hacen necesarios analizar por separado para poder llegar a una conclusión, la población española consume el propóleos de abeja por las propiedades para la salud que este posee pues es un producto natural con múltiples beneficios antioxidantes, antibacteriano, antiinflamatorio, analgésico, inmunoestimulante, antialérgico, anestésico, antitumoral, además el Centro de Investigación sobre Fitoterapia (2017) reveló que el 44%

de los españoles han consumido propóleos con el propósito de prevenir o tratar problemas en el aparato respiratorio y la garganta. Aunque también según (Secretaría de Agricultura, 2015) manifiesta que los productos derivados de la colmena, que son el polen, la cera, la jalea real, el propóleos y el veneno, destacan ya sea por la importancia que desempeñan dentro de la misma colmena como por sus aplicaciones en la industria de la cosmética, farmacéutica y por supuesto en los alimentos.

El sistema de distribución física internacional se planteó de acuerdo a las necesidades del importador debido a que gracias a este sistema se establece que el precio del propóleos de abeja trasladado desde el cantón Montúfar en término FOB (Incoterms 2010), hasta el puerto de embarque en Guayaquil genera rentabilidad, el precio es competitivo en comparación con España porque existe un porcentaje de ganancia de más del 25% en cada unidad, haciendo que el producto sea accesible a todos los consumidores que están dispuestos a adquirir el producto.

Según datos del Centro de Investigación sobre Fitoterapia (2017) en su estudio realizado manifiesta que la población española prefiere adquirir el propóleos de abeja en las farmacias esto debido a que en este lugar se encuentran las garantías de eficacia, de seguridad y sobre todo se controla la conservación del producto para un empleo óptimo, esta información concuerda con la entrevista realizada a la población española en donde un 29,3% prefiere adquirir el producto en las farmacias, seguido de un 27,6% de la población que también se apuesta por comprar el propóleos de abeja en los supermercados. Además, según los datos obtenidos la frecuencia de compra del producto es mensual, ya que un 55% de la población requiere comprarlo en ese período de tiempo en la presentación de 50 ml, pues la presentación pequeña tuvo mayor acogida en el mercado español.

La población española consume los productos naturales principalmente por salud, pero para adquirir un producto también se enfocan en la calidad, el precio, el gusto y unos de los factores más importantes es la protección del medio ambiente, por tal motivo de acuerdo a los resultados de la encuesta, en un 52,4% de la población encuestada prefiere el envase de vidrio porque este mantiene en buen estado, por higiene y posee esterilidad entre el envase y el producto. Además una vez que se termina el producto, el envase se lo puede volver a reutilizar ya que al optimizar el uso de envases se puede reducir el impacto medioambiental y los costos de producción.

La ficha de observación contribuyo a determinar las principales actividades que se realizan en la Apícola Villa Real, entre las que se pudo observar la recolección y el procesamiento del propóleos de abeja, además conjuntamente con el Gerente propietario se diagnosticó cada uno de los recursos con los que cuenta la planta procesadora y todos los procesos internos que se realiza para obtener un producto de calidad. Se pudo observar que la planta cuenta con el espacio y la distribución adecuada de cada una de las áreas, también se constató que en el personal operativo y el administrativo es capacitado constantemente en diferentes temas relacionados a la actividad apícola.

Para el análisis del aspecto económico de la Apícola Villa Real, se realizó una entrevista al propietario en donde se pudo recopilar la información tanto de los ingresos como de los egresos de la empresa y se concluyó que la apícola es solvente económicamente, sin embargo , no posee la cantidad de dinero suficiente para poner el proyecto en marcha por tal motivo se vio necesario recurrir a un préstamo en la Corporación Financiera Nacional, entidad que actualmente está promoviendo el crecimiento y competitividad del sector exportador con mecanismos de financiamiento al comercio exterior, esto facilita la realización del proyecto ya que el propietario cuenta con la asesoría especializada y apoyo necesario para adaptar el producto a los requerimientos de los mercados internacionales en este caso al mercado español.

Entonces según el estudio económico realizado, la presente investigación necesita de una inversión total de \$ 35536,28 dólares, los cuales el 60% es de capital propio del propietario lo cual está invertido en las colmenas, las abejas, en la planta y las herramientas de trabajo y el 40% restante será financiado por la CFN con una tasa del 11,83% anual a cinco años plazo (CFN, 2018), este valor destinado para la implementación de la oficina y para los trámites requeridos para la exportación del producto.

Tabla 50. Estructura de Financiamiento

DETALLE	VALOR	PARTICIPACIÓN
Capital Propio	21386,69	60%
Capital Financiado	14257,79	40%
TOTAL	35644,48	100%

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

El cálculo del TIR y el VAN es la parte fundamental del proyecto, ya que su resultado da la pauta para tomar la decisión de ejecutar el proyecto, analizando cada uno de los resultados se puede observar que el Valor Actual Neto es positivo por lo cual beneficia a los involucrados en la investigación.

Tabla 72. Indicadores Financieros

DETALLE	VALOR
VAN	\$ 78549,38
TIR	42%
IR	\$ 2,20
COSTO BENEFICIO	1,48

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

En la tabla presentada se identifica que los datos son factibles ya que el Valor Actual Neto (VAN) es el valor del dinero en tiempo real, en este caso es de \$78549,38 lo que indica que es un proyecto factible, la Tasa Interna de Retorno (TIR) se calculó con el propósito de medir la rentabilidad de la inversión ya que este indicador indica que tasa de interés no genera pérdidas ni tampoco ganancias, en la investigación tenemos una tasa del 42% y un costo beneficio de \$ 1,48 es decir, por cada dólar investido se va a obtener 0,48 centavos.

Según el resultado obtenido en el análisis financiero se demuestra la factibilidad del proyecto por lo tanto se puede poner en marcha, pero aunque los datos arrojen resultados positivos, no significa que el éxito esté garantizado debido a que este tipo de evaluación se fundamentó en supuestos que aunque son lo más próximos a la realidad, no dejan de ser escenarios que pueden ser influenciados por factores externos que afecten la factibilidad del proyecto.

Por último se puede mencionar a las teorías de la ventaja competitiva de Michael Porter y la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, pues a lo largo de la investigación se demostró que el propóleo de abeja tiene ventaja de liderazgo en costes ya que permite reducir los costes del producto sin disminuir la calidad del mismo, es decir la Apícola Villa Real puede lograr costos de producción más bajos que sus competidores porque se encuentra en la posibilidad de ofrecer el producto a un precio más bajo e ingresar al

mercado español. Y la teoría de la ventaja comparativa permite que un país o una empresa se especialice en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar con costos más bajos, por tal razón la Apícola Villa Real se especializa en la exportación de los productos derivados de la colmena, especialmente del propóleo de abeja y de esta manera ofertar un producto al mercado internacional con un precio accesible a todos los consumidores, generando así mayores ventas, rentabilidad y sobre todo mejores utilidades para la empresa.

La determinación de la mejor alternativa comercial para la internacionalización de propóleo de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, constituirá una estrategia de aporte al desarrollo de la empresa, del cantón y de la provincia, entonces la exportación se convierte en una oportunidad para dar a conocer el producto y la empresa en el mercado internacional siendo así una actividad productiva que genera impactos positivos en la productividad, la calidad del empleo, el nivel de los salarios y la calidad de vida de los involucrados en el proyecto.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Una vez analizada la información secundaria sobre el propóleo de abeja en los mercados internacionales se puede concluir que España es el mejor mercado para ingresar dicho producto, ya que a través del análisis de los factores del entorno nos indica que los gustos y preferencias de la población española están encaminados al consumo de productos naturales.
- Con el estudio de mercado se logró identificar que la mejor alternativa comercial para la internacionalización del propóleo de abeja, el mercado español es el más óptimo porque el producto tiene gran aceptación por parte de la población española, además este país ofrece mayor beneficio porque pertenece a la Unión Europea bloque con el cual existen buenas relaciones comerciales y las políticas económicas favorecen a la exportación del producto a España.
- Con el desarrollo del estudio de factibilidad en la investigación se logró definir que el proyecto posee viabilidad técnica, operativa, disponibilidad de recursos humanos, administrativos y financieros para la producción del propóleo de abeja.
- Con en el estudio financiero se pudo concretar que en el proyecto existe viabilidad económica debido a que el proyecto presenta un Valor Actual Neto de \$ 78549,38 dólares y una tasa de retorno de 42%, y por el tamaño del proyecto se requiere una inversión de \$35644,48 dólares la misma que será financiada con el 40% mediante un crédito de la Corporación Financiera Nacional y el 60% mediante recursos propios.

5.2. RECOMENDACIONES

- Establecer mecanismos de comercialización en la Apícola Villa Real que permitan posicionar y dar conocer el producto en el mercado local, nacional e internacional.
- Posicionar el producto en el mercado español a través de la publicidad, dando a conocer los beneficios que este brinda y ofertando el propóleo de abeja a un precio competitivo.
- Seguir estudiando nuevos mercados que permitan la comercialización del propóleo de abeja para ampliar la cartera de clientes y de esta forma generar mayor rentabilidad en la Apícola Villa Real.

- Incentivar el desarrollo empresarial con el propósito de que las Apícolas de la Provincia del Carchi apuesten por ofertar sus productos a nivel internacional para fortalecer el sector Apícola de la localidad.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcántara, M. (Junio de 2013). Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/Sahagun/Contaduria/Finanzas/indicadores.pdf
- Alviz, V., & Lydia, C. (Febrero de 2017). Revistas UCM. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/RCCV/article/viewFile/RCCV0909220139A/22393>
- AMEC. (24 de Febrero de 2012). La Internacionalizacion . Obtenido de <http://www.amec.es/la-importancia-de-la-internacionalizacion/>
- Andina, C. (2016). Comunidad Andina. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/>
- Andrew, A. (12 de Mayo de 2017). Wikipedia. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n>
- Anzil, F. (08 de Diciembre de 2006). Zona Económica. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/tipo-de-cambio>
- ARCSA. (Octubre de 2015). Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria. Obtenido de http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/11/ie-d.1.1.-ali-01-a1_requisitos_rs_alimentos_nacionales.pdf
- Arias, F. (1996). El Proyecto De Investigación (Tercera ed.). Caracas: Episteme.
- Banco Central del Ecuador. (2018). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/c-exterior>
- Banco Mundial. (2018). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>

- Barcelona, U. d. (2016). Business School. Obtenido de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/ingenieria/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Bonilla, E. (31 de Octubre de 2012). La importancia de la productividad. Obtenido de <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/732/1/41584611-2012-2-EF.pdf>
- Cabrera, J. (2013). Apiterapia. Obtenido de http://apiterapia.com.ec/portal/producto/modulo_basico_apiterapeutas
- Cazares, L. (Abril de 2013). Asegura tus proyectos. Obtenido de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- CEPAL. (2000). CEPAL. Obtenido de http://celade.cepal.org/redatam/PRYESP/SISPPI/Webhelp/tasa_de_desempleo.htm
- CESCE. (2018). CESCE. Obtenido de <http://www.cesce.es/riesgo-pais>
- CFN. (Junio de 2018). Corporación Financiera Nacional. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/04/Tasas-Interes-Publicacion-Web-Abril-2018.pdf>
- Cheza, A. (2013). La comercialización de miel de abeja producida en la Parroquia Santa Martha de Cuba y la demanda en el mercado suizo. Tulcan, Carchi, Ecuador.
- Chica, J. (2 de Octubre de 2013). Preferencias Arancelarias. Obtenido de <https://prezi.com/kuarhdtvwxj/preferencias-arancelarias-unilaterales/>
- Competitividad, C. N. (Agosto de 2016). División de Información Estratégica. Obtenido de <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2016/08/%C3%8Dndice-de-Desempe%C3%B1o-Log%C3%ADstico-2016.pdf>

- Constitución. (2008). Asamblea Nacional. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Constitucion. (2008). Constitución de la Republica del Ecuador. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- COPCI. (2010). Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf
- Correa, R. (2015). Ministerio de Salud Pública. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/Decreto-Ejecutivo-1290-1.pdf>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales*. México: Pearson Educación.
- De la Hoz Correa, P. A. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional*. Medellín: Esumer.
- Definicion.mx. (2015). Definicion.mx. Obtenido de <https://definicion.mx/distancia/>
- Delgado Aceves, M. L. (2015). Caracterización fisicoquímica de propóleos. *SciELO*, 87.
- Domínguez Fernández, B. (2014). *Negocios Internacionales*. Obtenido de http://www.degerencia.com/tema/negocios_internacionales
- Econlink. (12 de Octubre de 2011). Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml>

- Económica, Z. (Agosto de 12). Zona Económica. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/politica-comercial>
- Empresarial, E. d. (10 de Septiembre de 2014). Universidad Camilo José Cela. Obtenido de <http://www.escueladeestrategia.com/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas/>
- Española, R. A. (2014). Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Prop%C3%B3leos>
- Exporta, C. (2013). Informe Internacional de la Miel. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/informe%20internacional%20del%20comercio%20de%20miel%202014%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/informe%20internacional%20del%20comercio%20de%20miel%202014%20(1).pdf)
- Exportación, C. E. (2018). CESCE. Obtenido de <http://www.cesce.es/riesgo-pais>
- FinancialRed. (2015). FinancialRed. Obtenido de <http://finacialred.com/como-calculat-la-tasa-de-retorno-de-la-inversion-frente-al-riesgo-que-asumimos/>
- Galindo, M., & Ríos, V. (Agosto de 2015). Productividad. Obtenido de http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoproductivity.pdf
- García, I., & Rosales, P. (2012). Ilustrados. Obtenido de <http://www.ilustrados.com/tema/7874/Ventajas-Desventajas-Globalizacion.html>
- Gill, H. (2010). Gestión Estratégica. México: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación (pág. 613). México: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación (págs. 92-93). México: McGraw-Hill Interamericana.

Huesca, C. (2012). Comercio Internacional. México: TERCER MILENIO S.C.

INEC. (6 de Febrero de 2018). INEC. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/inflacion-precios-dinero-canastabasica-ecuador.html>

INFITO. (Agosto de 2017). Agrimundo. Obtenido de <http://www.agrimundo.cl/?p=25502>

ISP. (5 de Mayo de 2017). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Conexi%C3%B3n_a_Internet

Laboratorio, A. (2012). Apifarma. Obtenido de <http://www.apifarma.co/galeria/productos/LA%20MIEL.pdf>

Lesur, L. (2002). Manual de Apicultura. Mexico: Trillas, S.A.

LEXIS. (26 de Septiembre de 2015). Ministerio del trabajo. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/0B048WkRgr8JQZVBvNmUzWUxTeTQ/view>

LODC. (2011). Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

LOEPS. (2012). Obtenido de http://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1_ley_y_reglamento_EPS.pdf

López, M. A. (26 de Abril de 2017). America Retail. Obtenido de <http://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-perfil-del-consumidor-espanol/>

- Luna, J. (2008). Influencia Del Capital Humano. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/ventaja-competitiva.html>
- Map, T. (2016). Trade Map. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||041000|||6|1|1|1|1|2|1|1
- Martínez, J. (2015). Ainia. Obtenido de <http://www.ainia.es/tecnoalimentalia/consumidor/alimentacion-saludable-la-gran-tendencia-de-consumo-actual-7-claves-orientativas/>
- Mejía Reátiga, C. V. (2016). Internacionalización responsable. Scielo, 38.
- México, P. E. (2009). Obtenido de http://www.inee.edu.mx/bie/mapa_indica/2009/PanoramaEducativoDeMexico/CS/CS07/2009_CS07__.pdf
- Minier, F. (02 de Septiembre de 2012). Economía. Obtenido de <http://economyaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/09/producto-interno-bruto.html>
- Ministerio De Comercio Exterior e Inversiones. (2017). Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/>
- Morejón, L. (18 de Marzo de 2016). Mundo Apícola, Prefectura del Carchi. Obtenido de <https://gobiernoabierto.carchi.gob.ec/es/news/135-apicultura-una-alternativa-produccion>
- Morejón, L. (18 de Marzo de 2017). Prefectura del Carchi. Obtenido de <https://gobiernoabierto.carchi.gob.ec/es/news/135-apicultura-una-alternativa-produccion>

- Nacional, C. F. (1 de Junio de 2018). Corporación Financiera Nacional. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/04/Tasas-Interes-Publicacion-Web-Abril-2018.pdf>
- Nasimba, G. (Noviembre de 2011). Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4421/1/UPS-QT00026.pdf>
- Naturalia, V. (2012). Vida Naturalia. Obtenido de <http://www.vidanaturalia.com/propoleo-el-antibiotico-natural/>
- Oliver, C. (2016). World Economic Forum Geneva. Obtenido de <https://www.weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- ONU. (2015). Obtenido de <http://www.un.org/es/aboutun/booklet/globalization.shtml>
- Orantes, F. (2013). Diariocritico. Obtenido de <http://www.diariocritico.com/noticia/233607/noticias/desaparicion-de-las-abejas-tendria-un-fuerte-impacto-ambiental.html>
- Oroche, M. (2012). Economía. Obtenido de http://d3ds4oy7g1wrqq.cloudfront.net/moc/myfiles/LaDemanda_s116.pdf
- Oyagata Anrango, M. C. (2015). Alternativas de mercado internacional para la negociación de miel de la Asociación de Apicultores de Cotacachi. Otavalo: UO.
- Pacheco Fernández, M. L. (2016). Cadena de valor apícola en cuba. 140.
- Pastas, R. (2015). Abejas Ecuador. Obtenido de <file:///D:/Documentos/descargas/02%20ICA%201315%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Perez, C., & Fuencisla, B. (2008). El propoleos de las Abejas. Madrid: Rivadeneyra S.A.

- Pérez, J. (20 de Octubre de 2017). America Retail. Obtenido de <http://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-nuevo-perfil-del-consumidor-espanol/>
- Pineda, R. (13 de Mayo de 2013). PuroMarketing. Obtenido de <http://www.puromarketing.com/13/16135/vital-importancia-conocer-nuestro-target.html>
- PROECUADOR. (Diciembre de 2017). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- PROECUADOR. (Diciembre de 2017). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- PROECUADOR. (2018). Ministerio de Relaciones Exteriores. Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/ecuador-en-los-organismos-especializados/>
- Pucuna Vacacela, J. (2015). Oportunidades de mercado Internacional y la comercialización de mermelada de mora. Tulcan: UPEC.
- Restrepo Morales, J. A. (2015). Internacionalización de las Pymes. Dialnet, 28.
- Secretaria de Agricultura, G. D. (23 de Junio de 2015). Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Obtenido de <https://www.gob.mx/sagarpa/articulos/los-productos-de-la-colmena>
- Superintendencia. (2017). Superintendencia de bancos del Ecuador. Obtenido de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2
- Thompson, I. (2006). Promonegocios. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

Thompson, I. (2015). Promonegocios. net. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>

Vanegas, J. R. (2016). Factores que afectan el posicionamiento de productos en el exterior. Scielo, 16.

Vittori, J. P. (26 de Febrero de 2013). Doppler. Obtenido de <https://blog.fromdoppler.com/todo-lo-que-deberias-saber-sobre-mercado-objetivo/>

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Oficio para obtener información de la Apícola Villa Real

San Gabriel, 09 de Marzo del 2017.

Señor.-

Ing Agr. Hugo Villarreal

PROPIETARIO DE LA APÍCOLA VILLA REAL

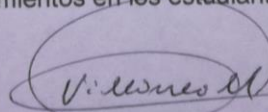
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo a nombre de Imbaquingo Chulde Mayra Sofía con cedula de identidad N° 040187759-2, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, al mismo tiempo deseándole éxitos en sus actividades diarias.

El motivo del presente es con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se facilite información relacionada a la producción, estructura de la apícola, costos, materias primas y precio del propóleos de abeja y de los insumos con que se elabora el producto en su apícola para desarrollar el proyecto de titulación denominado **“Alternativa comercial para la internacionalización de propóleos de abeja y las estrategias de comercialización de este producto por parte de la APICOLA Villa Real ubicada en la comunidad de Chilgual, cantón Montúfar.”**, información que servirá para fundamentar mi tesis y que será exclusivamente de uso académico.

Esperando una respuesta favorable a esta petición, que se la realiza con el único afán de fortalecer los conocimientos en los estudiantes, quedo muy agradecida.

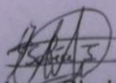


Atentamente,

0400925632

Recibido 09-03-2017

19.50 pm.



Srta. Imbaquingo Chulde Mayra Sofía.

CI. 040187759-2

Anexo 2. Carta de aceptación de la Apícola Villa Real

San Gabriel, 14 de Marzo del 2017.

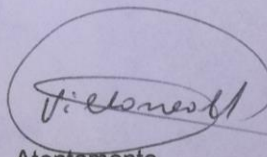
Señorita.-

Imbaquingo Chulde Mayra Sofía.

ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI.

Presente.-

Yo, Ing. Agrónomo Hugo Villareal, portador de la cedula de identidad N°. 040092563-2, representante de la APÍCOLA VILLA REAL, en respuesta a su oficio sin número emitido el 09 de Marzo del 2017, acepto entregar la información solicitada, referente a la microempresa a la cual soy representante, y a la vez autorizo a que sea utilizada en el desarrollo de su proyecto de tesis **“Alternativa comercial para la internacionalización de propóleos de abeja y las estrategias de comercialización de este producto por parte de la microempresa Villa Real ubicada en la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.”**



Atentamente,

Ing. Agro. Hugo Villareal.

APÍCOLA VILLA REAL

CI. 040092563-2

Anexo 3. Productos que oferta la Apícola Villa Real



SABÍAS QUE?.....

- * EL COLOR DE LA MIEL DEPENDE DE LA ZONA DONDE SE ENCUENTREN LAS COLMENAS
- * LA CRISTALIZACIÓN O SOLIDIFICACIÓN DE LA MIEL ES UN PROCESO NATURAL

PROPIEDADES Y USOS

Es un alimento energético
Depurador de la sangre, revitalizador y tónico cerebral
Una cucharada de miel cada mañana en ayunas ayuda a limpiar las vías sanguíneas y a empezar el día con ánimos renovados.
Combate tos persistente, resfriados, gripe, catarros.
Irritación e inflamación de la garganta .
Para contusiones, heridas, golpes, torceduras.
Ablanda cicatrices viejas y las minimiza.
Antiséptico, fortificante, calmante, laxante, diurético y bactericida.

POLEN

- Para combatir la fatiga, anemia, hipertensión, prostatitis.
- Para estimular el apetito
- Para calmar la ansiedad
- Para controlar la diabetes
- Para mejorar la digestión
- Para aumentar la concentración
- Mejora el sistema inmunológico

Ing Agr. HUGO VILLARREAL
Telf. 0991 637 409
San Gabriel, Carchi, Ecuador

JALEA REAL
PROPIEDADES



Normaliza los procesos metabólicos.
Estimula el metabolismo celular y es regenerador de los tejidos.
Retarda el proceso de envejecimiento de la piel y mejora su hidratación y elasticidad.
Tiene acción antiviral, antimicrobiana y antitóxica.
Disminuye la presión arterial y el ritmo de las contracciones cardíacas. Estimula la circulación sanguínea.
Actúa favorablemente en las afecciones del tracto gastrointestinal, Aumenta la resistencia al frío y a la fatiga.
Eleva el contenido de hemoglobina en la sangre, así como de leucocitos, glucosa y glóbulos rojos.

PROPOLEO
Antibióticas (bactericida y fungicida)



Antivirales, Antitumorales
Cicatrizantes, Antiinflamatorias
Analgésicas, Antialérgicas
Epitelizantes, Anestésicas
Inmunoestimulantes

RUTA DE LA MIEL

Ven y vive una increíble experiencia.
Aprende del fascinante Mundo de las abejas.
¡Te esperamos.....!



 **RUTA DE LA MIEL**



APRENDE HACIENDO

Anexo 4. Fundamentación legal

CONSTITUCION POLÍTICA DEL ECUADOR 2008
<p>Art. 424.- La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica.</p> <p>La Constitución y los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado que reconozcan derechos más favorables a los contenidos en la Constitución, prevalecerán sobre cualquier otra norma jurídica o acto del poder público.</p>
<p>Art. 425.- El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente: La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos.</p>
<p>Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:</p> <p>Literal 3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.</p>
<p>Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.</p>
<p>Art. 284.- La política económica tendrá los siguientes objetivos:</p> <p>Numeral 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.</p>
<p>Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.</p>
<p>Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se</p>

<p>estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.</p>
<p>Elaborado por: Imbaquingo Sofía. Fuente: Asamblea Nacional, (2008). Constitución de la República del Ecuador. Recuperado de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf.</p>
<p>TRATADOS Y CONVENIOS INTERNACIONALES</p>
<p>SGP Sistema Generalizado de Preferencias: Japón otorga preferencias arancelarias a los países en vías de desarrollo para incentivar el desarrollo sostenible.</p>
<p>SGP Plus Sistema Generalizado de Preferencias: la Unión Europea otorga preferencias arancelarias a los países en desarrollo para incentivar el desarrollo sostenible, la protección a los derechos humanos, la protección ambiental, la lucha contra las drogas ilícitas.</p>
<p>Elaborado por: Imbaquingo Sofía. Fuente: Comunidad Andina, (2016). Zona de libre comercio. Recuperado de http://www.comunidadandina.org/</p>
<p>CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES</p>
<p>Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.</p>
<p>Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.</p>
<p>Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente; l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico; o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
<p>Art. 59.- Objetivos de democratización.- La política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:</p> <p>Literal c. Apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos</p>
<p>Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.</p>
<p>Elaborado por: Imbaquingo Sofía.</p> <p>Fuente: Código Orgánico de la Producción Comercio e Inverciones, (2010). Asamblea Nacional. Recuperado de http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf</p>
<p>LEY DEL CONSUMIDOR</p>
<p>Art 4.- Literal 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.</p>
<p>Art. 65 El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento.</p>
<p>Elaborado por: Imbaquingo Sofía.</p> <p>Fuente: Ley Orgánica de Defensa al Consumidor, (2011). Asamblea Nacional. Recuperado de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf</p>

Anexo 5. Fundamentación teórica



Las teorías utilizadas en la investigación se enfocan en la Ventaja Comparativa de David Ricardo y la teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith, esto permitirá relacionar con el tema las “Alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad el Capulí, cantón Montúfar”.

TEORÍA	CARACTERÍSTICA
Ventaja Comparativa (David Ricardo)	“La teoría resultante, de la ventaja comparativa, dice que si un país se especializa en lo que puede producir de modo más eficiente, sin importar si otros países pueden producir o no los mismos bienes más eficientemente” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, p. 225). Según este enunciado los países se especializan en la exportación de los bienes y servicios que poseen mayor ventaja comparativa frente a otros países.
Ventaja Competitiva (Michael Porter)	“La sensibilización para generar ventaja a través del intercambio de información y conocimientos para fortalecer las economías de las empresas a través de los recursos humanos, cada vez más especializados.” (Luna, 2008, p. 27). Según este enunciado la empresa se puede especializar en la producción del propóleos de abeja a menores costos, facilitando así la venta del producto, beneficiando a los consumidores.

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Fuente: Mayorga Sánchez, J. Z., Martínez Aldana, C. (2012). *Negocios Internacionales*. México: Ediciones Pearson Educación.

Anexo 6. Formulario 001. Entrevista al representante legal de la Apícola Villa Real.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL
ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA APÍCOLA VILLAREAL

OBJETIVO: Recolectar información primaria del proyecto de investigación con el tema: “ Alternativas comerciales para la internacionalización de propóleos de abeja desde la Apícola Villa Real de la comunidad de Capulí, cantón Montúfar.”

NOTA: La información que Ud. nos proporcionará será utilizada estrictamente con fines ACADÉMICOS.

Fecha de la entrevista: 19-10-2017

1.- ¿Cuántos años de constitución tiene la apícola Villa Real?
La Apícola está constituida legalmente desde hace 4 años pero a la Apicultura se dedica desde hace 20 años atrás.

2.- ¿Cómo está formada la estructura organizacional de su empresa?
El Gerente propietario, la contadora quien lleva los registros y las operarios que ayudan a la recolección y producción.

3.- ¿Cuál es la capacidad de producción que posee su planta?
Actualmente poseo 120 colmenas distribuidas en Montalvo, Llangay, Balzar, San Gabriel, Proter, Capulí, Monteverde, Jari, Tulcán de las cuales se puede recolectar 2 litros quincenales de cada colmena pero actualmente solo recolectamos 5 litros total.

4.- ¿Cuenta con la infraestructura apropiada para la producción de propóleos?
Actualmente se cuenta con la infraestructura adecuada pero no apropiada para la producción de los productos.

5.- ¿Cuáles son las características del producto a ofertar?
Es un producto poco conocido en el mercado pero se lo comercializa como antibiótico, fungicida, antiviral, ayuda a proteger el sistema inmunológico y alergias entre otras características.

6.- ¿En el mercado existen productos sustitutos?
Existe el Eucamiel, el propolis de Naturals Garden y antibióticos de la industria farmacéutica.

7.- ¿Qué medio de distribución usa para comercializar el propóleos?
El producto lo entrego a veces directamente a centros naturistas en Tulcán, San Gabriel, Barra y Quita y en la fábrica al consumidor.

8.- ¿A qué mercado está destinado su producto?

En el momento se lo comercializa en el mercado local a nivel de la región afuera, como ya le mencione Ibarra, Quito, San Gabriel, Tulcan

9.- ¿Qué medio usa usted para promocionar sus productos?

No se ha realizado medios para promocionarlo simplemente el boca a boca de los clientes

10.- ¿Cuál es la materia prima que se usa para la producción del propóleos?

El propóleos en bruto que se lo obtiene de las colmenas para obtener la tintura de propóleos

11.- ¿Quién le provee de insumos y materias primas? ¿Cuál es su costo?

Actualmente los adquiere en diversos lugares como el deshal etílico que cuesta 3 USD el litro y un drasco para maserar para el extracto de 4 USD

12.- ¿Qué productos utiliza para el embalaje del producto? ¿Cuál es el costo?

Envases en spray cada uno a un valor de 0,50 centavos y las etiquetas cada lámina de 20 etiquetas 2 USD

13.- ¿Cuál es el costo de producción del propóleos?

El costo de producción está aproximadamente en 1,35 a 1,50 cada spray de 50 ml de propóleos

14.- ¿Cuál es el porcentaje de utilidad del producto aproximadamente?

De 1 litro salen 20 unidades de 50 ml cada spray de propóleos que tiene un costo de 5 USD en el mercado aproximadamente 3,5 USD de ganancia

15.- ¿Le gustaría exportar su producto?

Se se puede ofertar al producto a nivel nacional, sería importante poder distribuirlo internacionalmente, además el primer paso sería hacerlo conocer

16.- Si su producto es destinado al mercado internacional ¿Estaría en la capacidad de incrementar su producción?

Si existe demanda en el mercado se puede incrementar la producción usando métodos de recolección con trampa o también comprar la materia prima de los compañeros apicultores que no la recolectan

¡Gracias por su gentil ayuda!

Nombre:

Firma: 

C.I.: 0400925632

Buenos 19 Octubre 2012. 18:00 p^m

Anexo 7. Formulario 002. Encuesta dirigida a los posibles consumidores.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL
ENCUESTA**

OBJETIVO: Recolectar información primaria del proyecto de investigación con el tema “ALTERNATIVAS COMERCIALES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PROPÓLEOS DE ABEJA DESDE LA APÍCOLA VILLA REAL DE LA COMUNIDAD EL CAPULÍ, CANTÓN MONTÚFAR”

NOTA: La información que Ud. nos proporcionará será utilizada estrictamente con fines ACADÉMICOS.

INSTRUCCIONES: A continuación se encuentra el siguiente cuestionario, le solicito conteste con sinceridad a todas las preguntas planteadas.

Marque con una X la respuesta escogida.

DATOS PERSONALES

1.- GENERO: Masculino () Femenino () Otro ()

2.- EDAD: 18-30 () 31-40 () 41-50 () 51-60 () Más de 61 ()

3.- ¿Conoce usted que el propóleo de abeja es un producto de origen natural con múltiples propiedades medicinales que no contiene aditivos ni conservantes?

Si () No ()

Si su respuesta es NO trasladarse a la pregunta 7

4.- ¿Es usted consumidor de propóleos de abeja?

Si () No ()

Si su respuesta es NO trasladarse a la pregunta 6.

5.- ¿Por qué consume propóleos de abeja?

Me gusta el sabor () Textura () Olor ()

Sus propiedades para la salud () Otro ¿Cuál?.....

6.- ¿Por qué no lo consume?

Sabor () Olor ()

Textura () Desconocimiento ()

Otro ¿Cuál?.....

7.- ¿Si se oferta un producto natural con múltiples beneficios antioxidantes, antibacteriano, antiinflamatorio, analgésico, inmunoestimulante, antialérgico, anestésico, antitumoral como es el propóleo de abeja usted estaría dispuesto a consumirlo?

Si () No ()

Si su respuesta es NO argumente porque y fin de la encuesta; caso contrario continuar con la pregunta 8.

.....
8.- ¿Con que frecuencia usted estaría dispuesto adquirir el propóleo de abeja?

Semanal () Quincenal () Mensual ()

9.- ¿Qué tipo de presentación le gustaría adquirir?

50 ml () 75 ml () 100 ml ()

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 50 ml de propóleo de abeja?

5 USD. a 6 USD. ()

7 USD. a 8 USD. ()

Más de 8 USD. ()

11.- ¿Dónde le gustaría adquirir este producto?

Productor () Supermercado () Farmacia ()

Feria () Internet () Otro ¿Cuál?.....

12.- ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Radio () Prensa () Revistas () Televisión () Internet () Otro ¿Cuál?.....

13.- ¿Cuál sería el envase de su preferencia?

Plástico () Vidrio () Otro ¿Cuál?.....

¡MUCHAS GRACIAS!

Anexo 8. Visita al Gerente y a la planta procesadora de la Apícola Villa Real.

Ing. Hugo Villareal Gerente Apícola Villa real



Herramientas de producción

Apiarios



Macerado



Trampas de recolección




Recolección



Producto




Anexo 9. Ficha de factores de Japón

FICHA 003 FACTORES JAPÓN			
DATOS			
País	Japón		
Ciudad/Grupo Objetivo	Tokio		
Fecha de Elaboración	20 Octubre del 2017		
FACTORES ECONÓMICOS			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Producto Interno Bruto PIB	2014 (4848,73 miles de millones)	Tasa Desempleo %	2015 (3,4%)
	2015 (4383,08 miles de millones)		2016 (3,09%)
	2016 (4940,16 miles de millones)		2017 (2,90%)
PIB Per cápita	2014 (38096,21 dólares)	Tipo de Cambio	2015 (132,88 Yen)
	2015 (34474,13 dólares)		2016 (120,48)
	2016 (38900,56 dólares)		2017 (112,65)
Balanza Comercial 2016	Importaciones - 671892311 mil millones	Tasa Inflación	2015 (0,80%)
	Exportaciones - 698132787 mil millones		2016 (-0,12%)
Tasa de Interés %	2015 (1,14%)		2017 (0,40%)
	2016 (1,04%)		
	2017 (-0,10%)		
FACTORES POLÍTICOS			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Política Comercial	Sistema Generalizado de Preferencias- SGP	Riesgo Comercial	Riesgo comercial bajo
FACTORES LEGALES			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Barreras Arancelarias	Partida Arancelaria: 0410.00.10.00	Barreras No Arancelarias	Licencias y certificaciones
FACTORES TECNOLÓGICOS			
Indicadores	Datos		
Usuarios de internet % de la población	2014 (89,10)		
	2015 (91,05)		
	2016 (92)		
FACTORES GEOGRÁFICA			
Indicadores	Datos		
Localización	Transporte marítimo y aéreo		
Índice de desempeño logístico	2014 (3,93)		
	2015 (3,91)		
	2016 (3,97)		


Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Anexo 10. Ficha de factores de España.

FICHA 004 FACTORES ESPAÑA			
DATOS			
País	España		
Ciudad/Grupo Objetivo	Madrid		
Fecha de Elaboración	20 Octubre del 2017		
FACTORES ECONÓMICOS			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Producto Interno Bruto PIB	2014 (1376,91 miles de millones)	Tasa Desempleo %	2015 (22,1%)
	2015 (1197,79 miles de millones)		2016 (19,6%)
	2016 (1237,26 miles de millones)		2017 (17,4%)
PIB Per cápita	2014 (29623,17 dólares)	Tipo de Cambio	2015 (1,08)
	2015 (25787,93 dólares)		2016 (1,09)
	2016 (26639,74 dólares)		2017 (1,19)
Balanza Comercial 2016	Importaciones (350921562 mil millones)	Tasa Inflación	2015 - (-0,50)
	Exportaciones (319621896 mil millones)		2016 - (-0,20%)
Tasa de Interés %	2015 (0%)		
	2016 (0%)		
	2017 (0%)		
FACTORES POLÍTICOS			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Política Comercial	Sistema Generalizado de Preferencias-SGP UE	Riesgo Comercial	Riesgo comercial bajo
FACTORES LEGALES			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Barreras Arancelarias	Partida Arancelaria: 0410.00.00.00	Barreras No Arancelarias	Licencias y certificaciones
FACTORES TECNOLÓGICOS			
Indicadores	Datos		
Usuarios de internet % de la población	2014 (76,19)		
	2015 (78,68)		
	2016 (80,56)		
FACTORES GEOGRÁFICOS			
Indicadores	Datos		
Localización	Transporte marítimo y aéreo		
Índice de desempeño logístico	2014 (3,7)		
	2015 (3,71)		
	2016 (3,72)		

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Anexo 11. Ficha de factores de Francia.

FICHA 005 FACTORES FRANCIA			
DATOS			
País	Francia		
Ciudad/Grupo Objetivo	París		
Fecha de Elaboración	20 Octubre del 2017		
FACTORES ECONÓMICOS			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Producto Interno Bruto PIB	2014 (2849,31 miles de millones)	Tasa Desempleo %	2015 (10,39 %)
	2015 (2433,56 miles de millones)		2016 (10,10 %)
	2016 (2465,45 miles de millones)		2017 (9,89 %)
PIB Per cápita	2014 (42955,24 dólares)	Tipo de Cambio	2015 (1,08)
	2015 (36526,77 dólares)		2016 (1,09)
	2016 (36854,96 dólares)		2017 (1,19)
Balanza Comercial 2016	Importaciones (611679085 mil millones)	Tasa Inflación	2015 (0,03 %)
	Exportaciones (522838325 mil millones)		2016 (0,18 %)
Tasa de Interés %	2015 (0 %)		
	2016 (0 %)		
	2017 (0%)		
FACTORES POLÍTICOS			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Política Comercial	Sistema Generalizado de Preferencias-SGP UE	Riesgo Comercial	Riesgo comercial bajo
FACTORES LEGALES			
Indicadores	Datos	Indicadores	Datos
Barreras Arancelarias	Partida Arancelaria: 0410.00.00.00	Barreras No Arancelarias	Licencias y certificaciones
FACTORES TECNOLÓGICOS			
Indicadores		Datos	
Usuarios de internet % de la población		2014 (83,75)	
		2015 (84,69)	
		2016 (85,62)	
FACTORES GEOGRÁFICOS			
Indicadores		Datos	
Localización		Transporte marítimo y aéreo	
Índice de desempeño logístico		2014 (3,85)	
		2015 (3,84)	
		2016 (3,90)	

Elaborado por: Imbaquingo Sofía.

Anexo 12. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIONES Y VALOR RESIDUAL				AÑOS				
DETALLE	MONTO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL	1	2	3	4	5
INFRAESTRUCTURA	6000	5%	20	300	300	300	300	300
EQUIPOS Y UTENSILLOS	550	10%	10	55	55	55	55	55
MUEBLES Y ENCERES	447	10%	10	44,7	44,7	44,7	44,7	44,7
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	800	33%	3	266,7	266,7	266,7	0	0
TOTAL DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS				666,37	666,37	666,37	399,70	399,70

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 13. Amortización Activos Diferidos

DETALLE	MONTO	AÑOS	1	2	3	4	5
AMORTIZACIÓN	560		112	112	112	112	112
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		5	112	224	336	448	560

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Anexo 14. Gatos en servicios básicos.

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERNET	20	240	242,69	245,41	248,15	250,93
ENERGÍA ELÉCTRICA	35	420	424,70	429,46	434,27	439,13
SERVICIO TELEFÓNICO	15	180	182,02	184,05	186,12	188,20
AGUA POTABLE	20	240	242,69	245,41	248,15	250,93
TOTAL GASTO SERVICIOS BÁSICOS	90	1080	1092,10	1104,33	1116,70	1129,20

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 15. Gatos en sueldos administrativos

GERENTE

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO BÁSICO	9600	9882,24	10172,8	10471,9	10779,7
APT. PATRONAL	1070,4	1101,87	1134,26	1167,61	1201,94
FONDO DE RESERVA		800	823,52	847,731	872,655
VACACIONES	400	411,76	423,866	436,327	449,155
DÉCIMO TERCERO	800	823,52	847,731	872,655	898,311
DÉCIMO CUARTO	386	397,348	409,03	421,056	433,435
TOTAL	12256,4	13416,7	13811,2	14217,2	14635,2

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

CONTADOR

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO BÁSICO	4800	4941,12	5086,39	5235,93	5389,87
APT. PATRONAL	535,2	550,935	567,132	583,806	600,97
FONDO DE RESERVA		400	411,76	423,866	436,327
VACACIONES	200	205,88	211,933	218,164	224,578
DÉCIMO TERCERO	800	823,52	847,731	872,655	898,311
DÉCIMO CUARTO	386	397,348	409,03	421,056	433,435
TOTAL	6721,2	7318,8	7533,98	7755,47	7983,49

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 16. Gasto en útiles de aseo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ESCOBAS	2	1,75	3,5	42
TRAPEADORES	2	1,9	3,8	45,6
FUNDAS DE BASURA	2	1,35	2,7	32,4
PAPEL HIGIENICO	4	0,35	1,4	16,8
DESINFECTANTES	2	2,5	5	60
RECOGEDOR	2	2,25	4,5	54
JABON LÍQUIDO	2	1,25	2,5	30
TOTAL UTILES DE ASEO			23,4	280,8

Fuente: Investigación**Elaborado:** Imbaquingo Sofía**Anexo 17.** Gasto en suministros de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
CAJA DE ESFEROS	1	2,4	2,4	28,8
CAJA DE LAPICES	1	3,1	3,1	37,2
PERFORADORA	2	2,2	4,4	52,8
GRAPADORA	2	2,5	5	60
CAJA DE CLIP	1	0,85	0,85	10,2
CARPETAS	5	0,3	1,5	18
TIJERAS	3	0,25	0,75	9
MARCADORES	5	0,6	3	36
RESMA DE PAPEL	2	3,5	7	84
CAJA DE GRAPAS	1	1,8	1,8	21,6
TINTA IMPRESORA	4	8	32	384
TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA			64,7	776,4

Fuente: Investigación**Elaborado:** Imbaquingo Sofía

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Anexo 18. Costos de mano de obra

OPERARIOS 3					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO BÁSICO	13896,00	14304,54	14725,10	15158,01	15603,66
APT. PATRONAL	1549,40	1594,96	1641,85	1690,12	1739,81
FONDO DE RESERVA		1158,00	1192,05	1227,09	1263,17
VACACIONES	579,00	596,02	613,55	631,58	650,15
DÉCIMO TERCERO	289,50	298,01	306,77	315,79	325,08
DÉCIMO CUARTO	386,00	397,35	409,03	421,06	433,43
TOTAL	16699,90	18348,88	18888,34	19443,66	20015,30

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 19. Costos de producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
M.P Propóleos	84988,8	85940,67	86903,21	87876,53	88860,74
Envase	56160	56788,99	57425,03	58068,19	58718,55
Etiquetas	7488	7571,87	7656,67	7742,43	7829,14
Empaque (cajas)	156	157,75	159,51	161,30	163,11
Insumos	600	606,72	613,52	620,39	627,33

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 20. Costos indirectos de fabricación

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de energía eléctrica	36	36,40	36,81	37,22	37,64
Agua potable	60	60,67	61,35	62,04	62,73
TOTAL CIF	96	97,08	98,16	99,26	100,37

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

GASTOS DE VENTAS

Anexo 21. Gasto sueldo de asistente de ventas

ASISTENTE COMERCIAL					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO BÁSICO	4632	4768,181	4908,4	5052,7	5201,2
APT. PATRONAL	516,468	531,6522	547,28	563,37	579,94
FONDO DE RESERVA		386	397,35	409,03	421,06
VACACIONES	193	198,6742	204,52	210,53	216,72
DÉCIMO TERCERO	386	397,3484	409,03	421,06	433,43
DÉCIMO CUARTO	386	397,3484	409,03	421,06	433,43
TOTAL	6113,468	6679,204	6875,6	7077,7	7285,8

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 22. Proyección del costo de cada unidad

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
PROPÓLEOS	2,21	2,24	2,26	2,29	2,31

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	74880,00	78961	83264	87802	92587
TOTAL	165588,70	168905,24	171130,92	173391,36	175687,22

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 23. Proyecciones del precio

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
PROPÓLEOS	2,99	3,03	3,06	3,09	3,13

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 24. Cálculo del precio en el Incoterm FOB y DDP.

INCOTERMS	TOTAL ENVÍO	VALOR ANUAL 2017
EXW	13.807,10	165.685,20
Embalaje	18,44	221,28
Manipulación local X	40,00	480,00
FCA/FAS	13.865,54	166.386,48
Transporte interno	700,00	8.400,00
Manipuleo Embarque	60,00	720,00
Agentes	217,00	2.604,00
Documentación	102,40	1.228,80
FOB	14.944,94	179.339,28
Flete Internacional	1.100,00	13.200,00
CFR	16.044,94	192.539,28
Seguro Internacional	320,90	3.850,79
CIF	16.365,84	196.390,07
Manipuleo Desembarque	1.040,00	12.480,00
DAT	17.405,84	208.870,07
Almacenamiento Temporal	-	-
Documentación	250,00	3.000,00
Agentes	300,00	3.600,00
Transporte interno	800,00	9.600,00
DAP	18.755,84	225.070,07
Pago de tasas	150,00	1.800,00
DDP España	18.905,84	226.870,07

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 25. Precio de venta en el Incoterm FOB y DDP.

INCOTERM FOB

DETALLE	CANTIDAD
Costo c/u	2,40
Utilidad 25%	25%
Precio de venta FOB	2,99

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

INCOTERM DDP

DETALLE	CANTIDAD
Costo c/u	3,03
Utilidad 25%	25%
Precio de venta FOB	3,79

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 26. Proyecciones de ventas

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	74880,00	78961	83264	87802	92587
TOTAL	224053,48	238910,56	254752,81	271645,57	289658,50

Fuente: Investigación

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 27. Cálculo tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO			
CAPITAL PROPIO	0,6	0,0512	0,03072
CAPITAL AJENO	0,4	0,1183	0,04732
TASA DE DESCUENTO			0,07804
INFLACIÓN			0,0112
RIESGO			0,03
TASA DE DESCUENTO AJUSTADA			0,11924

Fuente: Banco Central del Ecuador, Investigación 2018

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 28. Tasa de interés



TASAS REFERENCIALES	
TASA EFECTIVA	% ANUAL
TPR DÓLARES	4.9900%
TAR DÓLARES	6.6700%
TASA BÁSICA	4.9900%
LEGAL	6.6700%
MÁXIMA CONVENCIONAL	9.3300%
PRIME	4.7500%
TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO CORPORATIVO	9.3300%
TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO EMPRESARIAL	10.2100%
TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES	11.8300%
TASA EFECTIVA MÁXIMA COMERCIAL ORDINARIO	11.8300%
TASA EFECTIVA MÁXIMA COMERCIAL PRIORITARIO CORPORATIVO	9.3300%
TASA EFECTIVA MÁXIMA COMERCIAL PRIORITARIO EMPRESARIAL	10.2100%
TASA EFECTIVA MÁXIMA COMERCIAL PRIORITARIO PYMES	11.8300%
TASA EFECTIVA MÁXIMA CONSUMO ORDINARIO	17.3000%
TASA EFECTIVA MÁXIMA CONSUMO PRIORITARIO	17.3000%
TASA EFECTIVA MÁXIMA EDUCATIVO	9.5000%
TASA EFECTIVA MÁXIMA INMOBILIARIO	11.3300%
TASA EFECTIVA MÁXIMA VIVIENDA INTERÉS PÚBLICO	4.9900%
TASA EFECTIVA MÁXIMA MICROCRÉDITO MINORISTA	28.5000%
TASA EFECTIVA MÁXIMA MICROCRÉDITO ACUMULACIÓN SIMPLE	25.5000%
TASA EFECTIVA MÁXIMA MICROCRÉDITO ACUMULACIÓN AMPLIADA	23.5000%
TASA EFECTIVA MÁXIMA INVERSIÓN PÚBLICA	9.3300%
LIBOR 30 DÍAS	1.9008%
LIBOR 90 DÍAS	2.3588%
LIBOR 180 DÍAS	2.5218%

Fuente: Banco Central del Ecuador

MATRIZ DE TASAS DE INTERÉS DEL 01 AL 31 DE MAYO DEL 2018

TASAS DE MORA	
DÍAS DE RETRASO HASTA EL DÍA DE PAGO	RECARGO POR MOROSIDAD HASTA
0	0.0000%
1 - 15	5.0000%
16 - 30	7.0000%
31 - 60	9.0000%
60 +	10.0000%

Fuente: Resolución JPRMF No. 133-2015 M

INTERMEDIACIÓN BURSÁTIL	
TÍTULOS DE RENTA FIJA	
• 0,15%* (flat sobre el valor efectivo) para títulos mayores a 360 días.	
• 0,20%* (anualizado sobre el valor efectivo) para títulos con plazo menores a 360 días.	
Comisión mínima de USD 250.00	
TÍTULOS DE RENTA VARIABLE	
• 0,25% calculado flat sobre el valor efectivo	
Comisión mínima de USD 250.00	
*Nota: La comisión corresponde por cada operación realizada. Estas tarifas no incluyen la comisión de piso vigente de Bolsa de Valores	

Fuente: Banco Central del Ecuador, Investigación 2018

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 29. Distribución Normal

$1-\alpha$	90%	92%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
α	10%	8%	6%	5%	4%	3%	2%	1%
$z_{\alpha/2}$	1,645	1,751	1,881	1,960	2,054	2,170	2,326	2,576
z_{α}	1,282	1,405	1,555	1,645	1,751	1,881	2,054	2,326

Siendo:

$1-\alpha$ = Nivel de confianza
 α = Nivel de significación

Fuente: (Mellado, 2014, p.2)

Elaborado: Imbaquingo Sofía

Anexo 29. Acta de Pre-defensa.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: MAYRA SOFÍA IMBAQUINGO CHULDE

CÉDULA DE IDENTIDAD: 040187759-2

NIVEL/PARALELO: EGRESADA

PERIODO ACADÉMICO: ABRIL-AGOSTO 2018

TEMA DE INVESTIGACIÓN: ALTERNATIVAS COMERCIALES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PROPOLEOS DE ABEJA DESDE LA APÍCOLA VILLA REAL DE LA COMUNIDAD EL CAPULÍ, CANTÓN MONTUFAR

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO
LECTOR: MSC. JOSE LUIS VALLEJO AYALA (ALTERNO)
ASESOR: MSC. WILLINGTON GERARDO MERA RODRÍGUEZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 3 **AULA:** 15

FECHA: viernes, 20 de julio de 2018

HORA: 0,41666667

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,50

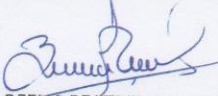
2) Trabajo escrito 2,75

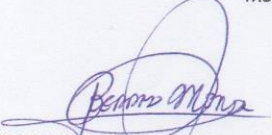
Nota final de PRE DEFENSA 8,00

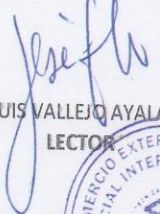
Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 25.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 15 días para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 20 de julio de 2018


MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO
PRESIDENTE

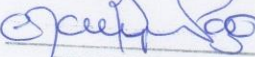

MSC. WILLINGTON GERARDO MERA RODRÍGUEZ
TUTOR


MSC. JOSE LUIS VALLEJO AYALA (ALTERNO)
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



Certifico que es fiel copia
del original Tulcán a. 26-07-18


PROSECRETARIO

