

## ARTÍCULO CIENTÍFICO



**Diana Carolina Guerrero Piarpuezan**

Estudiante egresada de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía.

**La demanda de uvilla en el mercado Alemán y la comercialización desde la parroquia de Piartal del Cantón Montufar Provincia del Carchi (Entregado 13/06/2013-Revisado 13/07/2013)**

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional (ECENCI)**

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)**

[diacaro51987@hotmail.com](mailto:diacaro51987@hotmail.com)

### RESUMEN

La presente investigación realizó un estudio completo sobre la comercialización de la uvilla hacia el mercado alemán y muestra la situación actual del grupo productor de la fruta aplicando para ello la investigación de campo y así plasmar todos los elementos que participan en toda la cadena de comercialización, iniciando con el productor en el país de origen hasta que el producto llega al cliente en el país de destino como es el mercado alemán. Para dicho estudio se destacó tanto exportaciones del producto que ha tenido Ecuador en los últimos años, como las importaciones que ha realizado Alemania.

En cuanto al país de destino se detalla una investigación en cuanto a aspectos políticos, socioeconómicos, geográficos; también con respecto a la

demanda como los principales consumidores, los principales competidores del producto; con ello se establece un panorama internacional al cual se enfrenta la comercialización del producto. Igualmente para el país de origen Ecuador, se realizó un análisis con respecto a los aspectos políticos, legales, socioeconómicos; de igual forma a las características del producto y muy importante una investigación en cuanto al grupo productor y exportador. Y finalmente se presentan resultados que demuestran la rentabilidad de la inversión a realizar en la comercialización internacional de la uvilla

### **Abstract**

This research shows a complete study of all on the marketing of uvilla to the German market and shows the current status of the fruit producer group applying for this research field and thus capture all the elements involved in the whole marketing chain, starting with the producer in the origin country until the product reaches to the customer in the destination country as in the German market. For this study it was taken into account not only exports of the product of Ecuador in recent years but also the imports made of Germany.

About the country of destination it is detailed a research regarding to aspects such as: political, socioeconomic, geographic, and also regarding to the demand as the main consumers, the main competitors of the product, so that can be possible to obtain better information about the international situation and the marketing.

In the same way to the country of origin Ecuador, it was necessary to analyze aspects such as: political, legal, socioeconomic, and in the same way about the product features and the research about the group as producer and exporter.

Finally we shows a feasibility study which shows results in terms of return on investment related with the marketing of uvilla

## **INTRODUCCIÓN**

Por varios años los productores de la parroquia de Piartal, cantón Montufar, provincia del Carchi se han dedicado a la producción de uvilla una fruta no tradicional de poca explotación en tierras ecuatorianas, pero que su sabor y forma la han hecho única y particular, su comercialización se la ha realizado únicamente a nivel local, por lo que es un gran reto realizar una incursión de dicho producto internacionalmente.

Esta fruta considerada como exótica internacionalmente, en los últimos tiempos se ha vuelto una gran alternativa de negocio para algunos países, uno de ellos es Alemania integrante de la Unión Europea; que acoge el producto ya que no la cultivan, y la aceptación por productos nuevos y únicos se hace notoria. Los cultivos de uvilla en Ecuador es mínima ya que aún se tiene desconocimiento de que dicha fruta es acogida en el extranjero. Lo que se persigue esta investigación es reflejar que la comercialización de la uvilla se la puede realizar a nivel internacional utilizando métodos, procesos los cuales permitan determinar un análisis en costo y tiempo.

## **DESARROLLO**

El desarrollo de esta investigación inicia principalmente con las exportaciones del producto que ha tenido Ecuador en los últimos años, como las importaciones que ha realizado Alemania. Y como se puede observar en la siguiente tabla se muestra que nuestro país exporta muy poco al mercado alemán debido a la mínima explotación de esta fruta; en cuanto a las importaciones de la fruta realizadas por Alemania es en gran cantidad de varios países.

**COMERCIO BILATERAL ENTRE ALEMANIA Y ECUADOR DEL  
PRODUCTO UVILLA CORRESPONDIENTE A LA PARTIDA 08.10.90  
(Valores expresados en miles de dólares)**

Código del producto	Descripción del producto	Alemania importa desde Ecuador			Alemania importa desde el mundo		
		Valor en 2008	Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2008	Valor en 2009	Valor en 2010
'081090	Otros frutos frescos.	108	162	189	133,630	119,866	128,352

FUENTE: International Trade Center TRADEMAP, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

ELABORADO: PROECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

Es muy importante destacar también los principales países que exportan a Alemania, para poder identificar a la competencia, a continuación se refleja que España y Colombia son los principales proveedores de la fruta hacia nuestro mercado objetivo.

**IMPORTACIONES DE UVILLA POR ALEMANIA**

Exportadores	Valor Importado en 2006	Valor Importado en 2007	Valor Importado en 2008	Valor Importado en 2009	Valor Importado en 2010	Valor Total Importado 2006-2010
España	33,025	41,984	43,801	24,117	31,200	174,127
Colombia	8,053	10,729	14,855	24,474	21,663	79,774
Países Bajos (Holanda)	4,710	9,153	7,494	6,522	11,228	39,107
Sudáfrica	5,586	5,855	11,985	5,703	8,967	38,096
Francia	5,819	8,933	8,186	4,584	4,604	32,126
Israel	7,695	6,076	3,858	6,684	4,703	29,016
Malasia	6,963	7,041	3,644	5,868	5,126	28,642
Madagascar	5,775	4,584	6,052	6,821	5,309	28,541
Turquía	1,976	3,180	3,548	6,858	7,778	23,340
Hungría	2,425	5,142	5,320	3,330	2,982	19,199

FUENTE: Market Access Map

ELABORADO: PROECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

En cuanto a los beneficios de exportar hacia este integrante de la Unión Europea cabe señalar que nuestro país se encuentra dentro del acuerdo del Régimen de Preferencias Arancelarias el cual permite que las importaciones ecuatorianas de uvilla no estén gravadas con aranceles de importación, pero para que esta tarifa sea válida es importante presentar el certificado de origen. En cuanto a otros impuestos se cancela el 19% de IVA. Véase cuadro N°3.

## BARRERAS ARANCELARIAS DE LA UVILLA ECUADOR-ALEMANIA

Código del producto	Descripción del producto	Descripción del régimen	Tarifa aplicada	Tarifa equivalente a Total Ad Valorem (estimado)
0810909590	Frutas frescas, comestibles (excepto los frutos secos, plátanos, dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes, papayas "papaya", tamarindos, peras de marañón, sandía, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya, cítricos frutas, uvas, melones, manzanas, peras, membrillos, damascos, cerezas, melocotones, ciruelas, endrinas, fresas, frambuesas, zarzamoras, moras, mora-frambuesa, grosella negro, blanco o rojo, grosellas, arándanos, frutos del género Vaccinium, kiwi y durians): Otros	Arancelario preferencial para los países beneficiarios del régimen especial de estímulo para el desarrollo sostenible	0.00%	0.00%

FUENTE: Market Access Map

ELABORADO: PROECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

### La uvilla ecuatoriana

Al considerarse a la uvilla como una fruta no tradicional y exótica; su producción es mínima en el país, por ello se incentiva su explotación ya que es muy apetecida internacionalmente. Las zonas consideradas óptimas para el cultivo de la uvilla son:

**Región norte:** Tufiño, C. Colón, Los Andes, García Moreno, Bolívar, Montufar, Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi y Otavalo, Cayambe, La Esperanza, Otón, Tabacundo, Pomasqui, Yaruquí, Pifo, Tumbaco, Nono, Nanegal, Machachi.

**Región Central:** Latacunga, Salcedo y Pastocalle, Saquisilí, Pujilí, Pelileo, Huachi, Montalvo, Mocha, Patate. Puela, El Altar, Penipe, San Andrés, Guano, Cambo Columbe, Guamote, Pallatanga, Palmira, Alausí.

**Región Sur:** Tambo. Biblian, Bayas, Bulan, Ricaurte, El Valle, Sta. Ana, Girón, Nabón, Gualaceo, Paute, y Girón, la zona de Loja, Catamayo, Chiquiribamba, Vilcabamba. (La Coctelera, 2008, ¶ 3)

Al no ser impulsado el cultivo de esta fruta no existen registros de su producción, son muy pocos los lugares que lo realizan.

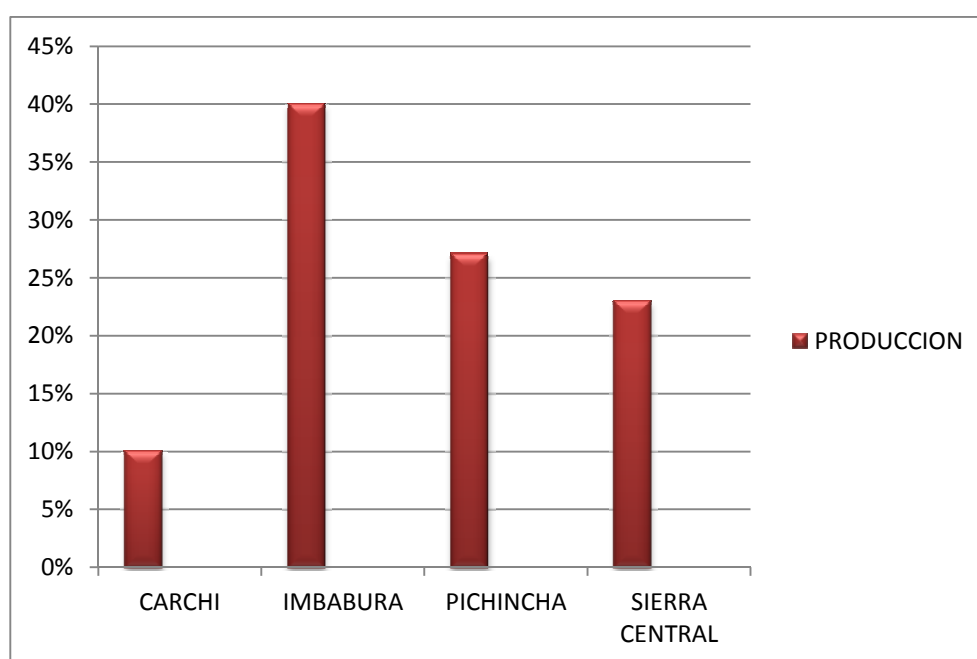
Sin embargo, se calcula que a nivel nacional existen 300 hectáreas, de las cuales el 40% se ubica en la provincia de Imbabura, 27%

en Pichincha, 10% en Carchi, y el 23% restante en las provincias de la Sierra Central como Tungurahua y Cotopaxi principalmente.

La comercialización se realiza de acuerdo al volumen disponible. Tomando como referencia la superficie (300 ha) y el rendimiento (13.6 ton/ha), se calculó un volumen de producción de 4080 toneladas/año de uvilla a nivel nacional; de esta cantidad el 77%, es decir un poco más de 3000 toneladas proviene de la Región Norte.

Según la investigación, de las 3000 toneladas de uvilla se producen anualmente en la Sierra Norte, más del 70% es captado por las agroindustrias y empresas exportadoras. Cabe mencionar que el área sembrada a lo largo de toda la Sierra Norte (230 ha aprox.), está en manos de más de 100 agricultores. (Altamirano, 2010, pp. 57-58)

## ZONAS DE PRODUCCIÓN DE UVILLA



FUENTE: Altamirano, 2010, pp. 57-58  
ELABORADO: Diana Guerrero

### Sector ofertante: Productores de Piartal

El sector ofertante está conformado por 5 productores independientes de uvilla ubicados en Parroquia de Piartal, lugar ubicado en el cantón Montufar de la Provincia del Carchi; este grupo se ha dedicado por años al proceso de producción y comercialización de este fruto pero en mínima cantidad debido a la falta de inversión y tecnología que requiere este tipo de cultivo.

En cuanto a la comercialización no la realizan directamente ya que siempre ha existido intermediarios que les compran el producto a un precio bajo y

además estos exigen calidad en la uvilla y si no la encuentran apta es devuelta. La venta la han realizado únicamente a nivel local, estos productores no han exportado internacionalmente este producto.

### **Datos de producción uvilla**

La cosecha de la uvilla se realiza a los 6 ó 7 meses aproximadamente, en este lugar se cuenta con 3 hectáreas en las cuales se siembra 1500 plantas/Ha aproximadamente y la FAO menciona que una hectárea debe tener como mínimo 1660 plantas/Ha. Según productores afirman que una planta produce de 2 á 5 kg semestralmente. Véase Tabla N° 1.

### **PRODUCCIÓN DE UVILLA PARROQUIA PIARTAL**

	<b>Kg</b>	<b>T.</b>
<b>Ha</b>		
1	5250	5,25
<b>3</b>	<b>15750</b>	<b>15,75</b>

ELABORACION: Diana Guerrero

El sector Piartal establece que produce por hectárea 1500 plantas aproximadamente resultando un total de producción de 5250 kg de fruto de uvilla equivalente a 5,25 Toneladas., los productores cuentan con tres hectáreas las cuales producen un estimado de 15750 kg equivalentes a 15,75 Toneladas.

### **Datos logísticos de comercialización uvilla**

En lo referente al proceso logístico se resumen los costos directos e indirectos tanto del país exportador, el tránsito internacional y el país importador, finalmente se establece el precio del kilo de la fruta tanto en el país de origen como de destino, tomando en cuenta que el precio internacional oscila entre los \$8,00 y \$9,00 según la temporada, el precio referencial tiene un resultado de 8,35.

## COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	236,1	2,0
Embalaje	174,9	2,0
Unitarización	162,0	1,0
Manipuleo en el local del exportador	35,0	0,3
Documentación	60,0	6,5
Transporte interno	300,0	1,0
Manipuleo Embarque	112,0	0,1
Agentes	1,1	1,1
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	133,5	0,3
capital e inventario país de origen	19,0	14,3
<b>TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>1233,7</b>	<b>14,3</b>
VALOR ExWORK	6476,1	4,0
VALOR FCA	6673,1	12,1
VALOR FOB	7712,7	14,3

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	6858,7	1,0
VALOR CFR	14571,4	15,3
SEGURO INTERNACIONAL	145,7	0,3
VALOR CIF	14717,1	15,5
MANIPULEO DESEMBARQUE	136,9	0,3
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	3,8	1,5
<b>COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>	<b>7145,1</b>	<b>1,5</b>
VALOR DAT	14857,9	15,8

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	300,0	1,0
Manipuleo	136,9	0,3



desembarque		
Documentacion	64,7	0,3
Agentes	683,0	1,1
Transporte interno	326,1	1,0
<b>VALOR DAP</b>	16231,6	19,4
Aduaneros	2796,3	incluido en agentes
<b>COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN</b>		
CAPITAL E INVENTARIO	10,2	3,6
<b>COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR</b>	<b>4317,1</b>	<b>3,6</b>
VALOR DDP	19038,1	19,4
Precio (c/u) en pais de destino	7,3	
MARGEN DE VENTAS	1,1	
PRECIO DE VENTA	8,35	

### Datos financieros de la comercialización de la uvilla

El proceso financiero presenta lo siguientes datos principales:

- **Inversión inicial del proyecto**

La inversión reúne tres rubros importantes como la inversión fija, capital de operación y los gastos de constitución. Obteniendo un total de inversión del \$ 62408.

#### INVERSION INICIAL

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	3.444
Capital de Operación	58164
Gastos de Constitución	800
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>62408</b>

ELABORADO: DIANA GUERRERO

- **Estructura de financiamiento del proyecto**

La inversión inicial está conformada por capital propio del 70% equivalente a \$43685, y el capital ajeno del 30% por un valor de \$18722.

## ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	43685
Capital Ajeno	30%	18722
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>62408</b>

ELABORADO: DIANA GUERRERO

Y finalmente se puede sintetizar en un estado de resultados la utilidad que se obtendrá al invertir en este proyecto. El primer año resulta una utilidad neta de \$ 22841, generando al quinto año una utilidad de \$ 34970.

## ESTADO DE RESULTADOS

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
<b>Ventas</b>	<b>267,553</b>	<b>306,715</b>	<b>323,129</b>	<b>362,294</b>	<b>384,089</b>	<b>409,627</b>
Cantidad	31,482	35,478	37,476	39,474	41,472	43,470
Precio	8.50	8.65	8.62	9.18	9.26	9.42
<b>- Costo de Ventas</b>	<b>54,989</b>	<b>61,383</b>	<b>65,112</b>	<b>68,883</b>	<b>72,698</b>	<b>76,560</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>212,564</b>	<b>245,332</b>	<b>258,017</b>	<b>293,411</b>	<b>311,391</b>	<b>333,068</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>177,666</b>	<b>202,874</b>	<b>214,276</b>	<b>245,558</b>	<b>261,293</b>	<b>279,638</b>
Gastos Administrativos	22,725	27,092	29,583	32,322	35,359	38,672
Gastos de Exportación	154,941	175,782	184,694	213,236	225,934	240,966
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>34,898</b>	<b>42,458</b>	<b>43,741</b>	<b>47,853</b>	<b>50,099</b>	<b>53,430</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>0</b>	<b>2,451</b>	<b>1,593</b>	<b>598</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Interés Bancario	0	2,451	1,593	598		
<b>U.A.T.I</b>	<b>34,898</b>	<b>40,006</b>	<b>42,147</b>	<b>47,256</b>	<b>50,099</b>	<b>53,430</b>
- 15% Particip. Trabajadores	5,235	6,001	6,322	7,088	7,515	8,014
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>29,663</b>	<b>34,005</b>	<b>35,825</b>	<b>40,167</b>	<b>42,584</b>	<b>45,415</b>
- 23% Impuesto a la Renta	6,823	7,821	8,240	9,239	9,794	10,445
<b>Utilidad Neta</b>	<b>22,841</b>	<b>26,184</b>	<b>27,585</b>	<b>30,929</b>	<b>32,790</b>	<b>34,970</b>

ELABORADO: DIANA GUERRERO

## RESULTADOS

Para medir la rentabilidad y viabilidad de la inversión del proyecto se utilizaron dos herramientas financieras como es el VAN y el TIR.

Obteniendo los siguientes resultados:

- VAN: 80,524.39
- TIR: 39.53%

En lo referente a la recuperación de la inversión será de dos años, nueve meses y diecinueve días. Véase tabla N° 44 y N°45

### PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

CAPITAL INVERTIDO	RECUPERACION EN 2 AÑOS	RECUPERACION FINAL DE 9 MESES Y 19 DIAS
62407.74	44023.64	14384.10

### CÁLCULO VAN - TIR

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 62,407.74		
1	21,740.15	0.9185	19,967.99
2	22,283.50	0.8436	18,798.66
3	22,892.30	0.7748	17,738.01
4	33,707.08	0.7117	23,988.80
5	95,520.05	0.6537	62,438.68
		<b>ΣFE</b>	<b>142,932.14</b>
		- I.I.	62,407.74
		<b>VAN</b>	<b>80,524.39</b>
		TIR	39.53%
		PR	3.91
		C/B	2.29

CCP	8.88%
TIR	39.53%
VAN	80,524

### CONCLUSIÓN

La uvilla es una fruta no tradicional considerada como exótica en Alemania y nuestro país posee un suelo fértil para su explotación. El mercado alemán es uno de los mayores compradores de uvilla, debido a que su producción de frutas es limitado, por ello es un país atractivo para comercializar la fruta. Además según estudio logístico y financiero se demuestra que rentable y factible invertir en este proyecto.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2010) Informe de primer nivel. Consultado el 02 de Mayo de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/P-1107-UVILLA-MUNDO.pdf>