

UNIVERSIDAD ESCUELA POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

**“La demanda de cacao en grano en Suiza y su comercialización desde
la provincia del Guayas-Ecuador”**

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

AUTOR: Jonathan Javier Lugmaña Martínez

ASESOR: Ing. Iván Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2014

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Jonathan Javier Lugmaña Martínez con el número de cédula 040151490-6 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La demanda de cacao en grano en Suiza y su comercialización desde la provincia del Guayas-Ecuador”.

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

Ing. Iván Realpe

Tulcán, 13 de Octubre de 2014

AUTORÍA DE TRABAJO.

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

Yo, Jonathan Javier Lugmaña Martínez con cédula de identidad número 0401514906-6 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Jonathan Lugmaña

Tulcán, 13 de Octubre de 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Jonathan Javier Lugmaña Martínez, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 13 de Octubre de 2014

Jonathan Javier Lugmaña Martínez
CI 040151490-6

AGRADECIMIENTO.

Agradezco infinitamente a Dios que ha sido guía y fortaleza, por acompañarme durante toda mi vida, en cada problema que he afrontado y por haber sido tú mi fuerza y mí ayuda, por ser mi luz en la oscuridad y refugio en la tormenta y quien me dio toda la perseverancia y conocimiento para poder realizar este proyecto.

A toda mi familia en especial a mis padres Pedro y Sandra, a mi esposa Gabriela, a mis hijos Josemy y Josué, a mis hermanos Valeria, Camila y Erik ya que sin su apoyo no hubiera culminado esta carrera, mil gracias por siempre estar a mi lado apoyándome y alentándome con sus consejos para salir adelante en los buenos y malos momentos

A mi asesor y amigo, Ing. Iván Realpe por su valiosa y acertada orientación; sus conocimientos, paciencia y motivación que han sido ejes fundamentales en el desarrollo y culminación de mi tesis.

Al Ing. Gustavo Terán por guiarme en las primeras etapas de mi tesis y por ser base fundamental en el desarrollo de la misma.

A los docentes de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, por transmitir y compartir generosamente sus conocimientos a lo largo de la carrera universitaria y por su invaluable ayuda en la realización del presente trabajo.

A mis compañeros de clases con los que termine mi carrera gracias por su compañía, compañerismo y apoyo.

A mis verdaderos amigos, gracias por su apoyo, su ánimo y compañía en momentos difíciles demostrando que los verdaderos amigos si existen.

A todos ustedes mil y mil gracias y que Dios les pague y los bendiga.

DEDICATORIA.

A Dios, por su amor celestial, que ha sido siempre mi motivación para trabajar día a día por conseguir mis objetivos y metas.

A mi madre Sra. Sandra Martínez quien es la razón de mi vida al igual que mis hijos Josemy y Josué Lugmaña y en especial a la persona que más he admirado en mi vida, a mi padre Sr. Pedro Hernández quien ya no está conmigo pero que desde el cielo sé me apoya y me cuida cada día, esto te lo dedico a ti.

A mis hermanos Valeria, Camila y Erik por su compañía en el camino de mi vida y por compartir buenos y malos momentos, pero siempre juntos.

A mi esposa Sra. Gabriela Vaca quien es mi apoyo y eje fundamental en mi vida, a toda mi familia en especial mi abuelita Sra. Ligia Guerreo, mi tía Sra. Wilma Martínez y tíos Sres. Edy, Edwin y Elio Martínez, quienes han estado allí en cada momento con sus consejos y palabras de apoyo y han hecho de mí lo que soy

Ustedes son lo mejor de mi vida, que Dios los bendiga, los cuide siempre y nos mantenga siempre juntos.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	II
AUTORÍA DE TRABAJO.....	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XV
ABSTRACT.....	XVII
JAYTATA YUYAY LLUKCHISKA.....	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	XIX
1 EL PROBLEMA.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3 DELIMITACIÓN.....	2
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	2
1.5 OBJETIVOS.....	6
1.5.1 Objetivo general.....	6
1.5.2 Objetivos específicos.....	6
2 FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	7
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
2.1.1. Primera investigación.....	7
2.1.2. Segunda investigación.....	7
2.1.3. Tercera investigación.....	8
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	8
2.2.1. Constitución de la República del Ecuador.....	9
2.2.2. Plan Nacional del Buen Vivir 2013–2017. Actualizar 2013-2017.....	9
2.2.3. Código de la Producción Comercio e Inversiones.....	9
2.3 MARCO TEÓRICO.....	10
2.3.1 Teorías utilizadas en la investigación.....	10
2.3.1.1 Teoría de la ventaja comparativa (David Ricardo).....	11
2.3.1.2 Teoría del ciclo de vida de un producto (Raymond Vernon).....	11
2.3.1.3 La Nueva Teoría del Comercio Internacional (Jiménez, Lahura).....	11
2.3.2 Metodología a utilizar en la investigación.....	12

2.3.3 Vocabulario.	12
2.4 IDEA A DEFENDER.	14
2.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.	14
2.5.1 Variable independiente: Demanda.	14
2.5.2 Variable Dependiente: Comercialización.	14
3 METODOLOGÍA.	15
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.	15
3.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	15
3.2.1. Investigación bibliográfica.	15
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.	15
3.3.1. Investigación explicativa.	16
3.3.2 Investigación exploratoria.	16
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.	16
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	17
3.5.1. Cuadro de operatividad de variables (Demanda)	17
3.5.2. Cuadro de operatividad de variables (Comercialización)	19
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	21
3.7 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	21
3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	22
3.8.1 ANÁLISIS SITUACIONAL SUIZA.	22
3.8.1.1 Factores Socio-Económicos.	23
3.8.1.2 Factores políticos y legales.	26
3.8.1.3 Factores Geográficos.	34
3.8.1.4 Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)	38
3.8.2 ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO ZURICH-SUIZA.	41
3.8.2.1 Empresas chocolateras.	41
3.8.2.2 Perfil del Consumidor.	43
3.8.2.3 Canal de Distribución.	46
3.8.2.4 Análisis del producto Ecuador y Suiza.	47
3.8.3 ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR.	57
3.8.3.1 Factores Político y legal.	58
3.8.3.2 Factores Socio, Económicos Ecuador.	59
3.8.4. ANÁLISIS MERCADO PRODUCTO GUAYAS-ECUADOR.	60

3.8.4.1 Factores Socio Económicos de FEDECADE.....	60
3.8.4.2 Características de producto.....	61
3.8.4.3 Normas y requisitos de calidad.	62
3.8.4.3.2 Envasado.	63
3.8.4.3.3 Etiquetado.	63
3.8.4.4 Precio referencial.	64
3.8.4.5 Competencia de FEDECADE.....	65
3.8.4.6 Oferta de FEDECADE.....	66
3.8.5 FODA	67
3.8.5.1 Análisis FODA	68
3.8.6 PROYECCIONES DEL ESTUDIO.....	69
3.8.6.1 DEMANDA EFECTIVA.....	69
3.8.6.2 Oferta de FEDECADE.....	73
3.8.6.3 Cobertura Demanda Insatisfecha.....	74
3.8.7 IDEA A DEFENDER.....	74
4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
4.1 CONCLUSIONES.....	75
4.2 RECOMENDACIONES.....	77
5 PROPUESTA	78
5.1 TÍTULO.....	78
5.2 JUSTIFICACIÓN.....	78
5.3 OBJETIVOS.....	79
5.3.1 Objetivo General.....	79
5.3.2 Objetivos Específicos.....	79
5.4 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	80
5.4.1 ESTUDIO TÉCNICO.....	81
5.4.1.1 Localización de la empresa.....	81
5.4.1.2 Tamaño y distribución de la planta.....	81
5.4.1.3 Capacidad del proyecto.....	82
5.4.1.3.1 Cubicaje bodega de almacenamiento.....	82
5.4.1.3.2 Capacidad de la bodega de almacenamiento.....	82
5.4.1.4 Requerimiento de la empresa.....	83
5.4.1.5 Ingeniería del proyecto.....	86

5.4.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.	93
5.4.2.1 Datos básicos producto, embarque e información adicional.	93
5.4.2.2 Cubicaje.	94
5.4.2.3 Análisis de costos.	96
5.4.2.4 Precio final del saco de cacao en el país de destino.	101
5.4.3 ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.	102
5.4.3.1 Inversión Inicial.	102
5.4.3.2 Proyección de Costos y Gastos.	103
5.4.3.3 Estados Financieros.	105
5.4.3.4 Flujos de Efectivo, VAN, TIR.	106
5.4.3.5 Punto de Equilibrio.	108
5.5 CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA.	109
6 BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA.	111
7 ANEXOS.	114
8. ARTÍCULO CIENTÍFICO.	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1 Exportaciones del Ecuador cacao en grano	1
Tabla No 2 Productos potenciales y para profundización en Suiza Miles USD	5
Tabla No 3 Normativa legal	9
Tabla No 4 Teorías de comercio exterior	11
Tabla No 5 Población y Muestra	16
Tabla No 6 Operacionalización demanda	17
Tabla No 7 Operacionalización comercialización	19
Tabla No 8 Ficha técnica de Suiza	22
Tabla No 9 Indicadores Básicos	23
Tabla No 10 Indicadores sociales	25
Tabla No 11 Idiomas en Suiza	26
Tabla No 12 Clasificación arancelaria	27
Tabla No 13 Arancel impuesto por Suiza a Ecuador	28
Tabla No 14 Situación y localización geográfica	35
Tabla No 15 Perfil de oportunidades y amenazas del medio	39
Tabla No 16 Resumen POAM	40
Tabla No 17 Población Zúrich por género	44
Tabla No 18 Población Zúrich por rango de edad	44
Tabla No 19 Población Zúrich por ocupación	44
Tabla No 20 Producción de cacao mundial en miles de toneladas	48
Tabla No 21 Producción superficie y rendimiento del cacao	49
Tabla No 22 Principales países exportadores de cacao en grano	50
Tabla No 23 Exportación de cacao en grano	51
Tabla No 24 Exportación de cacao en grano	52
Tabla No 25 Principales países importadores de cacao en grano	53
Tabla No 26 Principales países proveedores de cacao en grano a Suiza	54
Tabla No 27 Principales países proveedores de cacao en grano a Ecuador	55
Tabla No 28 Precios referenciales cacao en grano FOB Año 2013	55
Tabla No 29 Ficha técnica de Ecuador	57
Tabla No 30 Indicadores Básicos	59

Tabla No 31 Información FEDECADE.....	61
Tabla No 32 Ficha técnica del producto cacao ASS	61
Tabla No 33 Requisitos de calidad del cacao en grano beneficiado	63
Tabla No 34 Precio promedio de cacao en grano por años	64
Tabla No 35 Precio promedio mensual de cacao en grano.....	64
Tabla No 36 Precios referenciales cacao en grano Año 2013	65
Tabla No 37 Producción FEDECADE	66
Tabla No 38 Matriz FODA	67
Tabla No 39 Demanda Barry Callebaut Sourcing Ag Tn	70
Tabla No 40 Demanda cacao en grano proyectada.....	70
Tabla No 41 Demanda proyecta Tn cacao en grano.....	71
Tabla No 42 Demanda Total Tn	72
Tabla No 43 Demanda insatisfecha	72
Tabla No 44 Producción y proyecciones FEDECADE.....	73
Tabla No 45 Cobertura demanda insatisfecha	74
Tabla No 46 Calculo cubicaje Bodega	82
Tabla No 47 Activos Fijos Gastos 2013	83
Tabla No 48 Activos Diferidos	84
Tabla No 49 Gastos empleados 2013.....	90
Tabla No 50 Datos Básicos.....	93
Tabla No 51 Cálculo cubicaje Vehículo.....	95
Tabla No 52 Calculo cubicaje Pallet.....	96
Tabla No 53 Proceso de comercialización por embarque	97
Tabla No 54 Envases, pallets y etiquetas por embarque	97
Tabla No 55 Certificados por embarque.....	98
Tabla No 56 Fletes internos por embarque	98
Tabla No 57 Manipulación por embarque	99
Tabla No 58 Agentes por embarque	99
Tabla No 59 Costos bancarios por embarque.....	100
Tabla No 60 Flete internacional por embarque	100
Tabla No 61 Seguro internacional por embarque.....	100

Tabla No 62 Gastos exportación por embarque.....	101
Tabla No 63 Aduaneros por embarque	101
Tabla No 64 Costo y precio de venta de cacao en grano ASS	101
Tabla No 65 Activos Fijos.....	102
Tabla No 66 Capital de Operación	102
Tabla No 67 Gastos de Constitución.....	102
Tabla No 68 Inversión Inicial	102
Tabla No 69 Estructura de Financiamiento	103
Tabla No 70 Costos de Producción proyectados	103
Tabla No 71 Gastos Administrativos proyectados.....	104
Tabla No 72 Gastos Exportación proyectados	104
Tabla No 73 Balance General - Con Financiamiento	105
Tabla No 74 Estado de Resultados - Con Financiamiento.....	106
Tabla No 75 Flujos de Efectivo - Con Financiamiento.....	107
Tabla No 76 VAN, TIR, PR, C/B.....	107
Tabla No 77 Punto de Equilibrio - Con Financiamiento.....	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Exportaciones por derivados de cacao	3
Gráfico No. 2 Principios del SGP	30
Gráfico No. 3 Riesgo país Suiza	32
Gráfico No. 4 Balanza comercial de Suiza	34
Gráfico No. 5 Competencia internacional	56
Gráfico No. 6 Modelo operativo.....	80
Gráfico No. 7 Localización de la empresa.....	81
Gráfico No. 8 Localización de la empresa.....	84
Gráfico No. 9 Flujograma comercialización.....	85
Gráfico No. 10 Distribución de la empresa.....	85
Gráfico No. 11 Flujogramas registro calidad	87
Gráfico No. 12 Flujogramas constitución empresa.....	88
Gráfico No. 13 Organigrama funcional.....	90

RESUMEN EJECUTIVO.

En el mercado internacional del cacao en grano es necesario proponer nuevas alternativas de comercialización, para de esta manera aprovechar las ventajas ya sean por producto-servicio, es así que la comercializadora de cacao del Ecuador (COMERCADE), a través de su proveedor, la Federación Nacional de productores de cacao del Ecuador (FEDECADE), pretende expandir la comercialización de cacao fino y de aroma, producido en la provincia del Guayas, hacia las principales empresas chocolateras en la ciudad de Zúrich.

Actualmente la producción nacional de cacao en grano en Suiza es nula, debido a las condiciones climáticas dadas en este país, es así que para satisfacer las necesidades de este producto generadas por el crecimiento en el sector chocolatero suizo, este país debe importar cantidades significativas desde países africanos, países con los cuales el Ecuador tiene ventajas competitivas dadas por la excelente calidad del cacao en grano que se produce en el territorio ecuatoriano.

Suiza, se muestra como un mercado potencial para la comercialización de cacao en grano fino y de aroma, que ha sido descuidado debido al envío de cacao únicamente a mercados tradicionales. Además, el mercado suizo presenta indicadores positivos en cuanto a incremento en el PIB, bajo riesgo país, precio altamente rentable y preferencias por el producto ecuatoriano.

Es así que se establece como mercado meta a Zúrich, ya que esta ciudad juega un papel muy importante dentro de las actividades de comercio, considerada como un eje comercial, debido a que desde allí se distribuye diversos productos a ciudades del país como Ginebra, Basilea y Berna. Zúrich es la ciudad que más demanda cacao fino y de aroma, debido a la presencia de empresas chocolateras y también por el alto índice de la población que consumen chocolates, los que se fabrican utilizando cacao fino y de aroma como materia prima.

Además, los acuerdos comerciales entre Ecuador y Suiza, específicamente el Sistema Generalizado de Preferencias SGP-PLUS, permite el ingreso del producto a Suiza liberado del pago de aranceles, también, la calidad y prestigio mundial del cacao ecuatoriano, permite ofertar el producto a un precio altamente rentable y finalmente según el análisis financiero realizado, se requiere una inversión inicial de 85,972 USD y se considera factible, ya que presenta un Valor Actual Neto de 70,993 USD y una Tasa Interna de Retorno del 31.15%, además, el Periodo de Recuperación de la Inversión es de 3.9 años y el costo beneficio de 0.83 por cada dólar invertido.

Por lo expuesto anteriormente, se establece conveniente comercializar cacao en grano fino y de aroma al mercado de Suiza.

ABSTRACT.

In the international market of cocoa beans is necessary to propose new ways of trade, and in this way take advantage either by product service is so COMERCADE through your supplier FEDECADE intends to expand the trade of fine cocoa and aroma produced in the province of Guayas, to chocolate companies in Zurich city.

Nowadays the national production of cocoa beans in Switzerland is zero due to climatic conditions given in this country, so that to meet the needs of the product given by the growth in the sector especially the chocolate companies, the country must import quantities of cocoa from African countries, countries with which Ecuador has the competitive by the excellent quality of the cocoa beans produced in Ecuadorian territory.

Switzerland is a potential for the trading of cocoa fine grain and aroma, which has don't send for this country because the cocoa of Ecuador only is send for traditional country, plus the Swiss market shows positive indicators in terms of increase in GDP, country risk low, highly competitive price and product preferences for Ecuador .

Switzerland this city important role in trading activities, considered the main city within the scope of business and from there the products to other cities, in the country are distributed and it is noted that the city's demand for fine cocoa aroma due to consuming chocolates that are manufactured using fine cocoa aroma.

Besides trade agreements between Ecuador and Switzerland specifically SGP-PLUS allows entry of product don't payment of quality of cocoa is world-class, getting offer the product at a highly competitive price and finally, according to the financial analysis of the project requires an initial investment of \$ 85.972 and \$ 70.993 Net Present Value and Internal Rate of Return of 31.15% also the period Payback is 3.9 years and a benefit cost 0.83 for every dollar invested in conclusion is convenient market cocoa flavor and fine grain market in Switzerland

JAYTATA YUYAY LLUKCHISKA

Pi pak kula pi muyu kan necesario yuyayrana llullukuna alliyaykuna pak katurantina pron pak kay manera aprovechar pron kan kashna iwka ta comercializadora pak kula pak Ecuador (COMERCADE) ta través pakkuna pron proveedor ta Federación Nacional pak productores pakkuna kula pak Ecuador (FEDECADE) pretende wishiyana katurantina pak kula fino pash pak aroma producido pi marka pak Guayas mankuna pron pikuna llakta pak Zúrich.

Kunan ta ruranakuy nacional pak kula pi muyu pi Suiza kan pikuna pron mamallakta kan kashna iwka pron kushiyana pron pakkuna pron raykukuna ta crecimiento pi kawsay-llakta chocolatero suizo pron mamallakta kuyaychina pronkuna wankuna pron takuna Ecuador raykukuna ta yalli calidad pak kula pi muyu iwka Suiza se rikuri tunu shuk pron ta katurantina pak kula pi muyu pash pak aroma iwka pak kula ta ashtawan ta suizo pikuna ta PIB uchilla mamallakta pala pash raykukuna ta kapu kan kashna iwka tunu paktanaku ta Zúrich ña iwka kay llakta pukllayku shuk killka yapa important pak pron pakkuna katuranti tunu shuk ta iwka pron kaypi kapukuna ta ciudades pakkuna mamallakta tunu Ginebra Basilea pash Berna. Zúrich kan ta llakta iwka ashtawan kula fino pash pak ta pak pashkuna pash rayku ta pak ta iwka pronkuna iwka mawkasha kula fino pash pak aroma tunu kaytaku

Shtawan pron uyayakuna comerciales purakuna Ecuador pash Suiza ta llika Generalizado pak ta ingreso pak kapu ta Suiza pak pak aranceles pashkuna ta pash mundial pak kula ecuatoriano ta kapu ta shuk pash ta shukrikuy shuk pak 85 972 USD pash factible ña iwka shuk pala ta mushuk Neto pak 70 993 USD pash shuk pak Retorno pak 31.15% ashtawan ta Periodo pak Recuperación pak ta Inversión kan pak 3.9 watakuna pash ta pala pak 0.83 rayku ayku sapan

Rayku katurantina kula pi muyu fino pash pak aroma man pak Suiza.

INTRODUCCIÓN

La demanda de productos de calidad y además beneficiosos para la salud, está creciendo a nivel mundial, principalmente en los países desarrollados, quienes son los que más cuidan su dieta nutricional, es por esto que a través de esta investigación se ha determinado las necesidades del consumidor suizo y también el proceso de comercialización desde Ecuador a Suiza.

Esta investigación da como primer acercamiento al tema, el análisis de información secundaria la cual se obtuvo a través de fuentes confiables y se basa en los productores de cacao en grano fino y de aroma, de la provincia del Guayas, cantón Naranjal, además se obtuvo información de Suiza y Zúrich, mediante la lectura y análisis de libros especializados, documentos y páginas web confiables respaldadas legalmente.

En la provincia del Guayas, se han desarrollado investigaciones sobre productos derivados de cacao, pero no se han establecido pautas o lineamientos concisos sobre exportación de cacao hacia Suiza y específicamente al sector chocolatero. Es por esto que en el presente proyecto se recopila información para determinar la demanda existente y las condiciones de ingreso al mercado suizo.

Para desarrollar esta investigación se ha establecido la siguiente estructura:

Capítulo I, el planteamiento y formulación del problema, justificación, delimitación así como la definición de los objetivos, tanto generales y específicos.

Capítulo II se desarrolla la fundamentación teórica, legal, filosófica y científica, que servirán de sustento técnico, para el planteamiento de la idea a defender.

En el **Capítulo III** se explica la metodología de la investigación para conocer el mercado objetivo y la segmentación de mercado, los aspectos y características tanto políticas, sociales, económicas y tecnológicas; perfil de los consumidores,

así como la identificación de oferta y demanda, con sus respectivas proyecciones para así justificar la propuesta de comercialización.

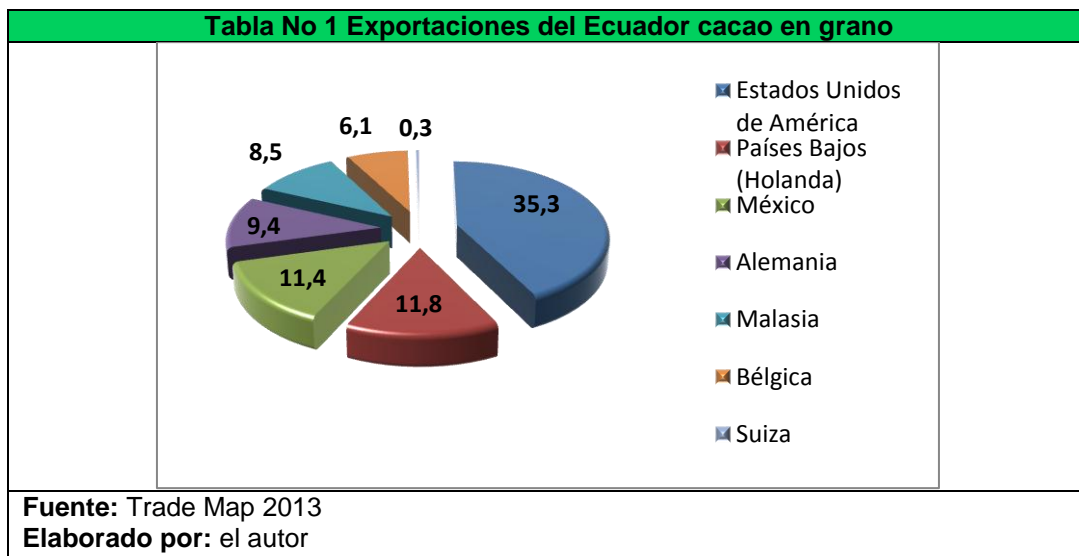
Capítulo IV se establecen conclusiones y recomendaciones del estudio realizado, determinando indicadores financieros y elementos claves para la toma de decisiones de la puesta en marcha del proyecto.

Capítulo V describe la propuesta aplicada a una empresa, comercializadora de cacao en grano fino y de aroma a Suiza, incluyendo el proceso logístico en costos y tiempos además, se analiza la factibilidad, partiendo de la localización y tamaño de la empresa, el análisis de costos, ingresos y gastos, para concluir con el uso de indicadores económicos y financieros, determinando los beneficios brindados por la posible ejecución del proyecto.

1 EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El crecimiento progresivo en el sector cacaotero es una realidad económica y social en la provincia del Guayas, sin embargo las necesidades de comercialización internacional, en este sector no han sido atendidas por parte de expertos en materia comercial, específicamente para el cacao en grano del Ecuador, puesto que del total de exportaciones solamente se comercializa este producto a mercados tradicionales, desaprovechando un mercado potencial como lo es Suiza y al que se exporta mínimas cantidades de este producto.



Para el cacao ecuatoriano existen amplias oportunidades de acceso a mercados internacionales debido a que en el año 2010 se han exportado grandes cantidades 177.648 Tn aproximadamente, a pesar de esto, el Ecuador con la calidad y el reconocimiento internacional que posee este producto, ha desaprovechado las oportunidades del mercado suizo. (PROECUADOR, 2013)

El comercio es una fuente de ingresos indispensable para mejorar las condiciones de vida en los sectores, que están involucrados en la cadena productiva del cacao y que se ha visto afectado por los insuficientes conocimientos de comercialización internacional, que poseen asociaciones y productores, esto genera que exista una debilidad en el ámbito comercial, debido a que la falta de conocimiento, técnicas,

estrategias y procedimientos para realizar negociaciones con otros países, impiden continuar emprendiendo negociaciones internacionales con países que necesitan productos de calidad.

La problemática surge cuando las grandes empresas exportadoras de cacao en grano, dejan nichos de mercado en Suiza, especialmente en las empresas chocolateras, que son las que más demandan este producto, estos segmentos de mercado necesitan ser atendidos, es así que se podría llegar a este mercado internacional, con el establecimiento de un adecuado proceso de comercialización.

El Ecuador a pesar de poseer cacao de calidad, solamente se dedica a la exportación de cacao en grano a mercados tradicionales sin tomar en cuenta a Suiza, en el cual, la demanda y el precio para este producto se han incrementado considerablemente

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El desconocimiento de la demanda de cacao en grano en Suiza, limita su comercialización desde la provincia del Guayas.

1.3 DELIMITACIÓN.

La investigación *“La demanda de cacao en grano en Suiza y su comercialización desde la provincia del Guayas”*, se enfoca a la Federación Nacional de productores de cacao del Ecuador (FEDECADE), a fin de establecer la oferta exportable de la provincia del Guayas al relacionarla con la demanda existente en las chocolateras suizas, en la ciudad de Zúrich, para desarrollar un plan logístico de exportación de cacao en grano desde esta provincia, mediante la ingeniería del comercio exterior, definiendo así como satisfacer parte de la demanda real efectiva en el año 2013.

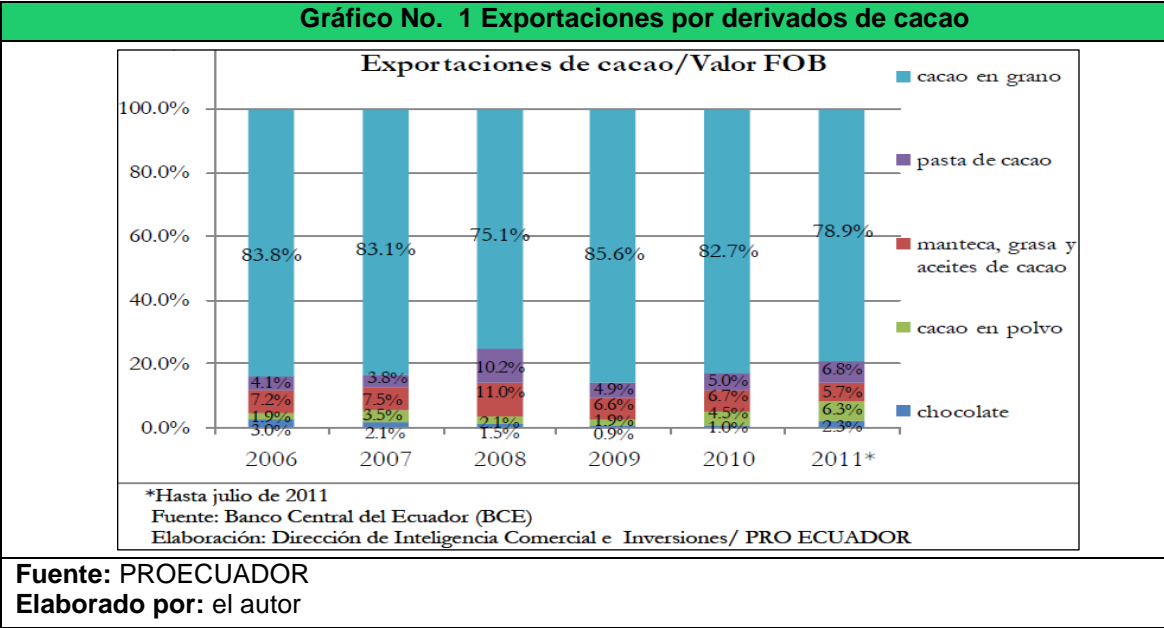
1.4 JUSTIFICACIÓN.

La creación de una empresa comercializadora, permitirá definir una nueva forma de comercializar cacao en grano, además los productores de cacao se

beneficiarán, ya que su producto podrá ser adquirido a un mayor precio, que el establecido en el mercado local. Mediante esta investigación, se determinará la oferta exportable existente en la provincia del Guayas, con la finalidad de conocer, si ésta puede satisfacer parte de la demanda real efectiva, existente en Suiza, específicamente en las empresas chocolateras, para de esta manera posicionar al producto en el mercado internacional, conociendo las oportunidades que ofrece el mercado suizo, para la comercialización de cacao en grano proveniente del Ecuador. Cabe recalcar que el cacao en grano ha incrementado su precio en los mercados internacionales.

“Las exportaciones de cacao en grano han aumentado en los últimos años, ya que se ha registrado una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) en las exportaciones ecuatorianas al mundo del 25% y una participación en las exportaciones de todo el sector del cacao de 82,75%”. (Análisis Sectorial de Cacao y Elaborados, 2011, p. 10).

A continuación se presentan los grupos de exportación del sector de cacao y sus elaborados, en los cuales se encuentra el cacao en grano, que ha aumentado su comercialización durante los últimos años y participación en las exportaciones totales del sector:



“Con lo que respecta al mercado suizo la demanda se ha incrementado en los últimos años en forma considerable, Suiza cada año importa entre 220.000 y 260.000 toneladas de cacao ” (El Universo, 2013, parr 7). En Suiza existen más de 50 empresas que elaboran chocolate y que demandan mensualmente un promedio de 1.786.11 Tn de cacao en grano y esta demanda no es satisfecha por las importaciones desde países productores de cacao. (Sabando, 2008, p. 62).

“Parte de la demanda real efectiva en Suiza podría ser satisfecha por el Ecuador, debido a la existencia de 88 exportadores (empresas, personas naturales, fundaciones, asociaciones, etc.)” (Análisis Sectorial de Cacao y Elaborados, 2011, p 7). Además se debe considerar que la provincia del Guayas, cuenta con el 25% de la producción de cacao en el Ecuador, con 36.620 Tn anual y que mediante la comercialización de cacao en grano hacia Suiza, se generaría un impacto social, económico y comercial dentro del sector cacaotero del país.

Los principales beneficiarios al considerar la comercialización de cacao en grano hacia Suiza serán los productores y asociaciones quienes percibirán mayores ingresos económicos, otros beneficiarios serán los actores de la cadena productiva como: proveedores de insumos requeridos en la producción de cacao en grano, transportistas, comerciantes, exportadores, microempresarios, obreros, entre otros, los cuales podrán mejorar su situación económica. En lo que respecta al ámbito económico aumentará el ingreso de divisas en el país.

El precio del cacao en grano es altamente competitivo a nivel internacional. La producción de cacao en grano se diferencia de otras en el mundo porque el cacao del Ecuador es fino y de aroma, que tiene una participación en la producción de esta variedad en el mundo del 61%, lo que le proporciona excelente calidad al producto en el mercado internacional.

Existe un gran beneficio en la exportación de cacao en grano hacia Suiza, debido a que el AD VALOREM es 0% gracias a que Suiza se encuentra vinculada al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP-PLUS) desde 1972. Por medio de dicho sistema otorga a Ecuador beneficios económicos, al igual que otros 14

países. (United Nations Conference on Trade and Development, Generalized System of Preferences EFTA, 2008)

Las oportunidades de importación de cacao en grano que presenta Suiza son muy beneficiosas para el Ecuador, esto se debe a que en los últimos años la demanda ha aumentado considerablemente, al igual que el precio y las exportaciones. (Análisis Sectorial de Cacao y Elaborados, 2011, p. 34).

Además se puede identificar que al realizar la comercialización de cacao en grano a Suiza, se dinamizará la cadena productiva del cacao, así como las condiciones de vida, de las personas que la conforman, específicamente para grandes, medianos y pequeños productores quienes podrán vender este producto a un mejor precio y hacia un mercado que ofrece amplias oportunidades económicas.

Es de suma importancia al justificar la comercialización de cacao en grano hacia Suiza, el estudio realizado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR el cual manifiesta lo siguiente:

El siguiente análisis se basa en la comparación de la demanda de productos que el Ecuador está en capacidad de ofertar e incrementar los volúmenes exportados, para ello se utilizó el IVCR (Índice de ventajas comparativas reveladas) a fin de determinar en cuales de los productos que actualmente exporta Ecuador a Suiza hay una oportunidad de seguir creciendo y cuan ventajoso es para Ecuador exportar estos productos hacia dicho país considerando el comercio bilateral de Ecuador con Suiza y las importaciones de Suiza desde el mundo.(Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones,2011,p.12).

Tabla No 2 Productos potenciales y para profundización en el mercado de Suiza Miles USD							
Subp 1801.00	Suiza Importa desde Ecuador	Ecuador exporta hacia el Mundo	Suiza importa desde el mundo	Potencial Residual	Índice de Ventajas Comparativas Reveladas IVCR		
					IVCR	Normalizado	Resultado
Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	Promedio 2007-2010	Promedio 2007-2010	Promedio 2007-2010	Promedio 2007-2010			
	29,602	293,638	136,071	106,469	5	0.68	Ventaja

Fuente: International Trade Center, Trade Map
Elaborado por: el autor

El establecimiento de un estudio de factibilidad internacional de cacao en grano, generará importantes beneficios en la provincia del Guayas, por tanto, se pretende posicionar al producto en el mercado internacional, con la ayuda de un plan logístico, el cual facilitara las operaciones en el mercado de Suiza, fortaleciendo el desarrollo del sector productivo del cacao y constituyendo a la provincia como un importante proveedor de cacao en grano a nivel nacional, ante esta situación los principales beneficiados serán los productores de cacao en grano de la provincia del Guayas.

1.5 OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo general.

Determinar si la demanda de cacao en grano en Suiza permite realizar su comercialización desde la provincia del Guayas.

1.5.2 Objetivos específicos.

1. Fundamentar teóricamente los conceptos relacionados a demanda y comercialización internacional, mediante la investigación bibliográfica, sustentado así la propuesta científicamente.
2. Diagnosticar mediante la Investigación de mercado internacional y doméstica la oferta exportable de cacao en grano producido por FEDECADE en la Provincia del Guayas y la demanda efectiva del producto en la ciudad de Zúrich en Suiza.
3. Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano, producido en la provincia del Guayas, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Zúrich.

2 FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

Como antecedentes en la investigación relacionada a la comercialización de cacao en grano, producido en la provincia del Guayas y la demanda insatisfecha del mercado de Suiza se ha tomado en cuenta tres investigaciones referenciales al proyecto, detalladas a continuación:

2.1.1. Primera investigación.

Como primera investigación referencial al tema, es el desarrollo de una tesis realizada por Pamela Ávalos, Javier García y Luis A Jaramillo, bajo el título "Inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao de la variedad "Arriba", en el año 2008.

Esta investigación hace un acercamiento al tema ya que se enfoca en el estudio de la oferta de cacao en grano del Ecuador y la demanda existente en los países europeos, especialmente en el sector chocolatero, la producción mundial de cacao, análisis FODA del sector cacaotero, principales países exportadores de cacao, fluctuación de precios en el mercado internacional y principales consumidores en los países de Europa. (Avalos, 2008)

2.1.2. Segunda investigación.

Como segunda investigación referente al tema se ha tomado en cuenta la tesis realizada por Jonathan Alexander Sabando Ruperty y Víctor Geovanny Delgado Carreño, bajo el título "Creación de una empresa para la elaboración, distribución y exportación a Suiza de cacao en grano y productos semielaborados en la ciudad de Manta", en el año 2007.

La investigación se enfoca en el estudio de la oferta de cacao en grano y productos semi-elaborados en el Ecuador y la demanda en Suiza, posicionamiento del cacao en grano en el mercado internacional, evolución de las exportaciones de cacao en grano, así como el crecimiento de la demanda en Suiza, también se

analiza los principales países exportadores de cacao en grano, precios en el mercado internacional, principales provincias productoras en el Ecuador, perfil del mercado de Suiza, tipos de cacao en el Ecuador y principales consumidores de en Suiza. (Sabando, 2007)

2.1.3. Tercera investigación.

Finalmente se toma en cuenta la tesis realizada por María Fernanda Carrillo Castillo bajo el título “Proyecto de reingeniería comercial, recursos humanos, administrativa y financiera de la federación nacional de productores de cacao del Ecuador (FEDECADE)”, en el año 2007.

La investigación se basa en el estudio de la producción, determinación del mercado, oferta y demanda de cacao en grano de la asociación a la que se pretende enfocar la investigación, además de los principales clientes a nivel nacional e internacional como también de la segmentación de mercado que actualmente maneja esta asociación, lo que da un acercamiento a la situación real de la Federación Nacional de Productores de cacao del Ecuador. (Carrillo, 2007).

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

La fundamentación legal de la investigación a realizarse, se basa en las leyes nacionales e internacionales, necesarias para realizar el estudio de la comercialización de cacao en grano al mercado de Suiza. Para realizar esta fundamentación se tendrá como respaldo legal a:

Tabla No 3 Normativa legal
2.2.1. Constitución de la República del Ecuador.
Art. 33.- el trabajo es un derecho y un deber de todos los ciudadanos del país, mediante el cual se busca aportar a la economía del Ecuador el mismo que garantizara la dignidad en todos sus aspectos
Art. 263.- las competencias de los gobiernos provinciales, presentan dos que son importantes, las cuales buscan planificar y desarrollar los planes de ordenamiento territorial y contribuir al fomento de actividades productivas que beneficien a las provincias.
Art. 281.- el estado impulsara e incentivará la producción en el país a través de las pymes las cuales contribuyan a la economía social del Ecuador también ayudara a seguir reinserando al país en el contexto mundial de tipo comercial.
Art. 304.- la Política Comercial, adoptada en este cuerpo legal busca: “desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo” e impulsar el ingreso del país en el mercado internacional
Art. 306.- con lo que respecta al comercio internacional, el estado se responsabilizara de la promoción en el área de la exportación, de aquellas que generen mayor empleo, mayor valor agregado e ingresos, especialmente a pequeños y medianos productores y artesanos al mismo tiempo rechazara aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.
Art. 319.- el estado reconoce las diversas formas de organización, de igual manera aquellas que promuevan la satisfacción de la demanda interna y externa del país siempre y cuando no afecten la producción interna del país.
Art. 336 y 337.- el estado debe velar por el comercio justo, de acceso a bienes y servicios de calidad, asegurando su competencia en mercados de igualdad de condiciones y oportunidades a través de los medios necesarios que lleven a la satisfacción comercial, interna y externa, asegurando la participación del Ecuador, a nivel regional y mundial.
2.2.2. Plan Nacional del Buen Vivir 2013–2017. Actualizar 2013-2017
Objetivo 8.- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.- Su cumplimiento permitirá consolidar que los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador puedan diversificar la producción y la prestación de servicios, esta nueva concepción permitirá concretar aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción, , la regulación del sistema económico, y la igualdad en las condiciones laborales, esto se lograra a través de la capacitación enfocada principalmente a pequeños productores y asociaciones con el fin de aumentar la oferta nacional exportable manejando eficientemente el proceso de exportación.
2.2.3. Código de la Producción Comercio e Inversiones.
Art. 93. Fomento a la exportación.- El Estado Ecuatoriano fomenta las exportaciones y las promueve mediante mecanismos de manera directa e inmediata con capacitaciones, facilidades de información, desarrollo de mercados, conformación de uniones de exportadores, sin perjuicio de la norma legal o programas gubernamentales.
Art. 94. Seguro.- La función ejecutiva del estado determinará un organismo financiero que se encargue del seguro de las exportaciones, es decir que cubra los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior
Art. 107.- Obligación Tributaria Aduanera.- Como vinculo jurídico personal entre el estado y las personas que operan en el comercio y tráfico internacional de mercancías, nace la obligación tributaria aduanera, en tal virtud estas quedan sometidas al cumplimiento de derechos y requisitos de orden.
Art. 154. Exportación definitiva.- Se define como la salida de mercancías en libre circulación hacia el exterior, pero que estén en sujeción a las disposiciones establecidas en el COPCI y en las demás normas aplicables.
Fuente: Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir 2009–2013 y Código de la Producción Comercio e Inversiones
Elaborado por: el autor

2.3 MARCO TEÓRICO.

En esta sección se analizarán distintas teorías y perspectivas que impliquen una valoración de las mismas, relacionadas al comercio exterior y negociación comercial internacional, realizando una fundamentación en teorías como las de importantes filósofos alrededor del mundo y de la historia.

2.3.1 Teorías utilizadas en la investigación.

El comercio internacional tiene diferentes teorías que en un momento determinado pueden explicar su comportamiento.

Las teorías del Comercio Internacional, se preocupan por los estudios reales de las relaciones económicas entre naciones y por las tendencias a largo plazo. (Sandrone, 2010)

Tabla No 4 Teorías de comercio exterior

Teoría	Características	Enfoque
2.3.1.1 Teoría de la ventaja absoluta (Adam Smith)	1.-Se basa en la producción de mercancías en las que tengan una mayor eficiencia 2.-Enfatiza la ventaja absoluta de un país sobre otro 3.-Se basa en la especialización en un determinado sector productivo.	Esta teoría se basa en que cada nación debe especializarse en producir mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunas de éstas serían exportadas para cubrir las importaciones de mercancías que se podrían producir más eficientemente en otra parte. El Ecuador posee Ventaja Absoluta en productos como el cacao gracias a su posición geográfica lo que ha permitido sobresalir en la producción de este bien.
2.3.1.2 Teoría de la ventaja comparativa (David Ricardo)	1.- Relaciona 2 o más países 2.- Utiliza conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional 3.- Determina la eficiencia en un determinado sector	La mayor ventaja comparativa de un país está dada por la abundancia de factores de producción (capital y trabajo) que este posea y que cada país será más o menos rico, con relación a otro dependiendo de su ubicación geográfica, cada país debe especializarse en fabricar productos o servicios para los cuales esté mejor capacitado o tenga una ventaja de eficiencia en relación a otro. La ventaja comparativa del Ecuador se halla en la calidad de su producto, pues es el primer proveedor de cacao fino y de aroma en el mundo con lo que al comparar a este producto con otros del mismo tipo las ventajas son significativamente altas
2.3.1.3 Teoría del ciclo de vida de un producto (Raymond Vernon)	1.- Propone un acercamiento total de la empresa en su mercado objetivo 2.- La demanda se relaciona con la novedad del producto y con el precio	Esta teoría enfatiza que las empresas deben tener sus instalaciones cerca de su segmento de mercado, para de esta manera asegura la toma de decisiones en un caso determinado. Se analiza que la demanda de un producto está determinada con la novedad del mismo y por ende con el aumento del precio.
2.3.1.4 La Nueva Teoría del Comercio Internacional (Jiménez, Lahura)	1.- Se enfoca en la economía de escala 2.- Analiza el Monopolio presente en distintos sectores productivos. 3.- Es una teoría de actualidad	Esta teoría contiene principalmente a las teorías antes mencionadas, ya que se enfoca principalmente en la presencia de economías de escala en la producción, el impacto del comercio sobre el bienestar de los individuos, de los sectores de la economía y de la sociedad en su conjunto. En esta investigación se toma como principal referencia La Nueva Teoría del Comercio Internacional ya que esta teoría es de actualidad por lo que agrupa a las teorías de años atrás es decir agrupa a la teoría de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa.
Fuente: BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales Elaborado por: el autor		

2.3.2 Metodología a utilizar en la investigación.

En esta investigación se analizó la comercialización de cacao realizada por FEDECADE empresa ubicada en el Cantón Naranjal-Guayaquil, la recolección de la información se la realizó mediante la investigación, a través de fuentes secundarias utilizando la revisión linkográfica, de páginas oficiales como el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (Agrocalidad), Banco Central del Ecuador (BCE), etc.

En el caso de la demanda, para la recolección, análisis de información y posterior toma de decisiones se analizó la ciudad de Zúrich y se tomó en cuenta información recopilada de fuentes secundarias. La autenticidad de estas fuentes secundarias, radica en que es información obtenida de páginas web certificadas es decir información oficial es así que sin utilizar la muestra, se trabajó con información secundaria recopilada en: La Asociación Europea del Cacao (ECA, en sus siglas en inglés), Organización Internacional del Cacao (ICCO en sus siglas en inglés), SWISSLATIN (Portal suizo sobre los organismos internacionales) Organización Mundial del Comercio (OMC), Asociación Suiza de Normalización (SNV), etc.

2.3.3 Vocabulario.

Comercialización.- es el conjunto de actividades relacionadas entre sí, para cumplir los objetivos de un determinado ente económico (empresa), cuyo objetivo principal es la entrega de los bienes y/o servicios desde el punto de origen hasta el punto de destino llegando así al consumidor final.

Demanda.- es la cantidad de bienes y también de servicios, que los compradores o consumidores nacionales y/o internacionales, están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades los que además, tienen la capacidad de pago a través del dinero, con lo que realizan la transacción al precio y en el lugar establecido.

Divisas.- Se refiere a toda la moneda utilizada en una región, o país ajeno a su lugar de origen.

Aranceles.- Es un impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación.

Nichos de mercado.- corresponde a un segmento de mercado constituido por un reducido número de consumidores con características y necesidades homogéneas y fácilmente identificables.

Demanda real efectiva.- parte de la demanda de un bien o servicio

PRO ECUADOR.- Instituto de Promoción Exportaciones e Inversiones

Investigación de mercado internacional.- se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo.

Investigación de mercado doméstica.- Este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de una organización.

Cacao de la variedad "Arriba".- es una clase de cacao fino de aroma que se produce en el Ecuador

TCPA.- Tasa de Crecimiento Promedio Anual

AD VALOREM.- arancel que se aplica como porcentaje (tasa) del valor de los bienes importados.

Pymes.- se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores y

su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

SNV.- Asociación Suiza de Normalización

Cadena productiva.- son todas los actores que participan en el proceso de producción y comercialización de un producto, estos pueden ser directos o indirectos.

Impacto social.- es medido por los efectos del proyecto sobre la población beneficiaria del mismo. Estos efectos están generalmente enunciados a través de los objetivos planteados en la investigación.

SGP.- Sistema Generalizado de Preferencias arancelarias.

2.4 IDEA A DEFENDER.

El estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano desde la provincia del Guayas-Ecuador contribuirá a satisfacer parte de la demanda en el mercado de Zúrich-Suiza

2.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.

2.5.1 Variable independiente: Demanda.

2.5.2 Variable Dependiente: Comercialización.

3 METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.

Se aplicó la investigación cuantitativa en la variable independiente, la cual se refirió a números, es decir a los resultados obtenidos del proyecto previo el análisis de datos y la otra variable, la dependiente es cualitativa la cual se basó en las características y conductas del ser humano como gustos, preferencias y necesidades, etc.

La mezcla de los dos tipos de investigaciones tanto la cualitativa como la cuantitativa se denomina multimodal o mixta, puesto que los dos resultan de gran ayuda, cada una contribuye con diferentes aportaciones para el cumplimiento de los objetivos, la solución del problema planteado y la estructuración de la idea a defender

3.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

De las distintas modalidades de investigación se utilizó la siguiente:

3.2.1. Investigación bibliográfica.

Este tipo de investigación se representó con información que ofrece el internet, libros, revistas y demás publicaciones impresas o gráficas que fueron de utilidad para realizar este proyecto, con lo que al analizar esta información escrita, se logró conocer situaciones pasadas, logrando establecer relaciones y diferencias con respecto al estado actual del problema planteado.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

En el presente proyecto los tipos de investigación que se emplearon para la recolección de datos fueron:

3.3.1. Investigación explicativa.

Es aquella que asumió relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo para así manifestar las conclusiones y recomendaciones en base al estudio realizado.

3.3.2 Investigación exploratoria.

Se considera de acuerdo a Hernández (2011) “como el primer acercamiento científico a un problema” (p. 10). Se utilizó para identificar el problema cuando éste aún no fue abordado o no fue suficientemente estudiado y las condiciones existentes no fueron determinantes.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Tabla No 4 Población y Muestra	
Ofertante	Grupo Objetivo
Empresa Provedora: FEDECADE PAÍS: Ecuador PROVINCIA: Guayas CANTÓN: El Naranjal PRODUCTO: cacao en grano	Empresas Demandantes: -Hermes Süsstoff Ag -Confiserie Sprungli Ag -Barry Callebaut Sourcing Ag -Confiserie Honold Ag PAÍS: Ecuador CIUDAD: Zúrich
La población investigada del sector ofertante es la empresa “FEDECADE”, ubicada en el Cantón Naranjal, los mismos que darán a conocer la oferta exportable de esta empresa, a través de una población finita, de modo que no es necesaria la aplicación de la muestra, la recolección de la información se la realiza a través de fuentes secundarias utilizando fichas, así como la revisión de linkografía de páginas.	Para la recolección de información de las cuatro empresas chocolateras de Zúrich-Suiza, en las cuáles se enfoca específicamente el proyecto, de acuerdo a su segmentación, debido a los costos de la aplicación de fuentes primarias y considerando que la información secundaria es verdadera y pertinente por pertenecer a información obtenida de páginas oficiales, no se hará uso de la muestra.
Fuente: FEDECADE y ANECACAO Elaborado por: el autor	

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

3.5.1. Cuadro de operatividad de variables (Demanda)

Tabla No 5 Operacionalización demanda							
Idea a defender	Variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Fuente de información
El estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano desde la provincia del Guayas-Ecuador contribuirá a satisfacer parte de la demanda en el mercado de Zúrich-Suiza	V. I DEMANDA	Entornos	<ul style="list-style-type: none"> - Económico - Social - Político - Legal - Riesgo país - Geográfico 	<p>¿Cuál es el índice inflacionario de Suiza?</p> <p>¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes?</p> <p>¿Cuál es el pib percapita en Suiza?</p> <p>¿Cómo está dividido el pib en Suiza (sectores)?</p> <p>¿Cómo está constituida la población Suiza (Zúrich)?</p> <p>¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Suiza (Zúrich)?</p> <p>¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)?</p> <p>¿Existen barreras arancelarias para la exportación de cacao en grano?</p> <p>¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de cacao en grano?</p> <p>¿Cuál es el riesgo país en Suiza?</p> <p>¿Cuál es la política económica?</p> <p>¿Cuál es la balanza comercial?</p> <p>¿Cuáles son las principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino?</p>	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Fichas	<p>Internet: archivos, sitios web.</p> <p>Acervo documental: libros, revistas, informes</p>

		Competencia	- Número de competidores Ghana Costa de Marfil Granada	¿Cuáles son los principales competidores del sector cacaoero del Ecuador? ¿Cuál es la participación de la competencia internacional?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Fichas
		Producto	- Precio referencial - Canales de distribución	¿Cuál es el precio en Zúrich-Suiza? ¿Cuáles son los principales canales de distribución en Zúrich-Suiza? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Fichas
		Consumo	- Frecuencia de consumo - Sector de mayor consumo - Consumo per cápita	¿Cuál es el perfil del consumidor? (necesidades, motivaciones, hábitos de compra, etc.) ¿Cuáles son los potenciales consumidores?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Fichas
Fuente: Lerma, A y Márquez, E. (2010) Marketing internacional Elaborado por: el autor						

3.5.2. Cuadro de operatividad de variables (Comercialización)

Tabla No 7 Operacionalización comercialización						
Idea a defender	Variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Fuente de información
El estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano desde la provincia del Guayas-Ecuador contribuirá a satisfacer parte de la demanda en el mercado de Zúrich-Suiza	V. D Comercialización	Entorno	- Político-legal	¿Existen barreras arancelarias para la exportación de cacao en grano? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de cacao en grano? ¿Cuál es la política comercial frente a las Exportaciones (Acuerdos comerciales)?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, informes
			- Social	¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?		
			- Económico	¿Cuál es la Balanza Comercial ecuatoriana? ¿Cuál es la situación actual (pib, inflación) del Ecuador?		
		Mercado	- Tamaño del mercado	¿Cuáles son las características del mercado ofertante?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	
		Precio	- Precio referencial	¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cuál es el precio dentro del sector ofertante?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	
		Competencia	- Número de competidores	¿Cuáles son los competidores dentro del sector cacaotero?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	
		Oferta	- Cantidad para importación	¿Cuál es la oferta del sector productor para la exportación?	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	
		Producto	- Clases - Características	¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los tipos de cacao	Fichaje (Análisis linkográfico y bibliográfico)	

			- Normas y requisitos técnicos	existentes en el mercado ofertante? ¿Qué tipo de normas y requisitos técnicos son necesarias para la comercialización del cacao en grano?	
		Logística	- Canal de distribución - Red de transporte - Proceso logístico	¿Cuáles son las características del embarque? ¿Cuál es el transporte adecuado para llegar a Zúrich-Suiza? ¿Cuáles son los costos en origen? ¿Cuáles son los costos en transporte? ¿Cuáles son los costos en destino?	Propuesta
		Estudio de factibilidad		Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico	
Fuente: Lerma, A y Márquez, E. (2010) Marketing internacional Elaborado por: el autor					

3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

La información se recopiló a través de la información secundaria, sobre datos de los productores de FEDECADE (Federación Nacional de productores de cacao del Ecuador) identificados como los ofertantes, de esta manera se conoció el proceso e innovación actual de la comercialización de cacao en grano, además se identificó la información secundaria perteneciente a las cuatro principales chocolateras de Suiza, identificadas como el mercado demandante y con la finalidad de conocer aspectos relevantes sobre la oferta y demanda del cacao en grano.

Esta información se obtuvo de fuentes de información secundaria enfocada a los productores de cacao en grano en la provincia del Guayas y de igual manera en el caso de Suiza, la información se recopiló a través de las distintas fuentes web verídicas y certificadas tales como leyes, reglamentos, resoluciones tanto del Ecuador como de Suiza, ya que esto permitió examinar la base científica para un mejor sustento técnico de esta investigación, en todo lo referente al comercio internacional.

3.7 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Se estableció un proceso adecuado filtrando la información y se ejecutó un análisis en base a relacionar la información obtenida, con el problema objeto de estudio así como los objetivos, teorías planteadas y la idea a defender con el propósito de interpretar de mejor manera los resultados obtenidos y así poder determinar conclusiones, recomendaciones y finalmente la propuesta del proyecto.

El análisis de la información se rigió por las siguientes etapas:

1. Análisis y reconocimiento crítico de la información obtenida.
2. Interpretación y exposición de los datos
3. Esquematización de la información
4. Establecer resultados para obtener conclusiones y recomendaciones.

3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

3.8.1 ANÁLISIS SITUACIONAL SUIZA.

Suiza fundada en 1291 es un país pequeño, pero poblado densamente con alrededor de 7 millones de habitantes, situado en el corazón de Europa occidental posee una estrecha relación con sus países vecinos Alemania, Austria, Italia y Francia.

Según PREOECUADOR (2011) "la Confederación Suiza ha tenido superávit comercial en los últimos 5 años. En el período 2006–2010 las exportaciones se han mantenido constantes, llegando a su mayor pico en el año 2008 con USD 200,614 miles y en el 2010 se registra el mayor superávit de USD 19,459 miles" (p.5)

Tabla No 6 Ficha técnica de Suiza	
Población	8.061.516 (julio 2014 est.)
Crecimiento poblacional	0,78% (2014 est.)
Capital	Bern
Principales Ciudades	Aargau, Appenzell Ausser-Rhoden, Appenzell Inner-Rhoden, Basel-Landschaft, Basel-Stadt, Bern, Fribourg, Geneve, Glarus, Graubunden, Jura, Luzern, Neuchatel, Nidwalden, Obwalden, Sankt Gallen, Schaffhausen, Schwyz, Solothurn, Thurgau, Ticino, Uri, Valais, Vaud, Zug, Zurich
PIB	USD 371,2 mil millones (2013 est.)
Crecimiento PIB	2% (2013 est.)
PIB per cápita	USD 54.800 (2013 est.)
Composición del PIB por sector	Industria: 26.8% (2013 est.) Servicios: 72.5% (2013 est.) Agricultura: 0.7% (2013 est.)
Moneda oficial	Franco Suizo (CHF)
Tasa de cambio	0.89 Francos Suizos (CHF) por US dólar (2013)
Tasa de Inflación anual	-0.4%(2013 est.)
Stock de dinero	USD 1,36 billones (31 de diciembre 2013 est.)
Reservas de moneda internacional y oro	USD 331.9 billones (31 de diciembre 2013 est.)
Fuente: CIA, World Factbook, actualización a Julio 2014	
Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (vg)	

Al realizar el análisis de los principales indicadores económicos de Suiza se identifica que su población crece en un 0.78%, anual además de que el Pib per cápita es de 54.800 usd, el Pib total se divide en los sectores de industria,

servicios y agricultura representados por el 26.8%, 72.5% y 0.7% respectivamente y el indicador de mayor representación es la tasa de inflación la cual es estable en un 0.4%

3.8.1.1 Factores Socio-Económicos.

Según lo señalado por el Departamento Federal de Asuntos Exteriores Presencia Suiza (2011)

Suiza tiene 7,95 millones de habitantes, de los cuales un 22,7 por ciento son residentes extranjeros. El envejecimiento demográfico se ha acentuado en Suiza por la creciente esperanza de vida y la baja natalidad. Los estilos de vida cambian, a la par que los suizos se adaptan a las nuevas exigencias. Las creencias religiosas han perdido adeptos en los últimos años, pero el paisaje religioso se ha diversificado. Suiza tiene cuatro idiomas geográficamente desigualmente distribuidos y una gran riqueza en dialectos. (p.1)

3.8.1.1.1 Factores Económicos.

Dentro del entorno económico de la confederación Suiza se puede analizar los siguientes aspectos:

Tabla No 7 Indicadores Básicos	
• Habitantes:	Es de 7,925,517 (julio 2012.)
• Tasa de crecimiento:	0.92% (2012)
• Crecimiento PIB	1.9% % (2010)
• PIB per cápita	USD \$ 83.073 (2011)
Composición del PIB por sector:	
• Industria:	23.4% (2010)
• Servicios:	73.2% (2010)
• Agricultura:	3.4% (2010)
Fuente: Trade Map 2012	
Elaborado por: el autor	

Suiza a pesar de ser un país limitado en recursos naturales, es una de las economías más desarrolladas del mundo, que ha demostrado su posición frente a la globalización de manera eficiente, debido a que “ha sabido manejar y gestionar los desafíos que acarrea el enfrentarse a las demás potencias mundiales a pesar de ser un país densamente pequeño y poblado”. (Trade Map, 2012, p. 15)

La economía en Suiza está basada principalmente en la mano de obra altamente especializada, es decir que se basa en la calidad de las actividades desempeñadas en cada sector productivo del país, siempre y cuando éstas se realicen con alta calidad en Suiza, se identifican 5 grandes fuentes económicas las cuales son la microtecnología, la alta tecnología, la biotecnología y la industria farmacéutica, así como la banca y los seguros. Suiza se caracteriza por tener un mayor porcentaje de empleados activos, laborando en empresas y en las pymes (pequeñas y mediana empresas) que tienen un papel de primer rango en la economía suiza.

La economía Suiza depende del comercio internacional, afirmación realizada por el Departamento Federal de Asuntos Exteriores Presencia Suiza (2011)

Suiza es un país pequeño y densamente poblado. No cuenta con yacimientos importantes, ni con suficientes tierras de cultivo para sustentar a la población. Por eso necesita importar para su producción industrial, tanto productos agrarios como materia prima. Su mercado interior es reducido, por eso, los industriales empezaron ya muy pronto a buscar mercados de consumo en el exterior para mejorar la rentabilidad. Necesitan los emplazamientos extranjeros para realizar inversiones en la investigación y en el desarrollo en todo el mundo.
(p.8)

Finalmente, se puede indicar que Suiza es un país en el que se puede invertir, debido a que su riesgo país, su tasa de desempleo y su inflación son indicadores bajos, con lo cual permiten el acceso o atraen productos a estos mercados.

3.8.1.1.2 Factores sociales.

La población aproximada de Suiza es de 7,9 millones de habitantes, de los cuales el 20% son habitantes extranjeros, este país se caracteriza por el acentuado envejecimiento demográfico y además por la creciente esperanza de vida y la baja tasa de natalidad.

Tabla No 8 Indicadores sociales		
Indicadores	Porcentaje	
	Hombres	Mujeres
1.- Población por edades		
0-14 años: 15,2%	602.894	560.175
15-64 años: 67,8%	2.612.557	2.569.318
65 años y en adelante: 17%	543.074	751.943
2.- Tasa de crecimiento: 0.21%		
3.- Tasa neta de migración: 1,29 migrantes/1.000 habitantes.		
Fuente: CIA (Agencia Central de Inteligencia delos Estados Unidos) 2013		
Elaborado por: el autor		

3.8.1.1.3 Análisis de los principales indicadores de Suiza:

1.- Población por edades: en el primer indicador se proporciona la distribución de la población según la edad, además se incluye esta información distribuida por sexo y rango de edad, es decir que en Suiza las edades que prevalecen van desde 15-64 años, cabe señalar que el rango de edad perteneciente a 65 años en adelante representa un mayor porcentaje que el rango entre 0-14 años, esto se debe al acentuado envejecimiento demográfico y la baja natalidad.

2.- Tasa de crecimiento: se puede identificar que la natalidad en Suiza es relativamente baja en relación a otros países

3.- Tasa neta de migración: en este aspecto hay que considerar como variable importante, a la cifra correspondiente a la diferencia entre el número de personas que entran y salen de un país, durante el año por cada 1000 habitantes. Los altos niveles de migración pueden causar problemas tales como el aumento del desempleo y posibles conflictos étnicos además de una reducción en la fuerza laboral, quizás en sectores claves para la población suiza.

La siguiente tabla muestra el porcentaje de la población suiza dividida por el idioma que hablan.

Tabla No 9 Idiomas en Suiza	
Alemán	64,9%
Francés	22,6%
Italiano	8,3%
Otros idiomas	4,20%
Fuente: Oficina Federal de Estadística 2012	
Elaborado por: el autor	

Los idiomas oficiales de Suiza son el alemán (hablado por el 64.9% de la población), el francés (22.6%) y el italiano (8.3%). Menos del 1% de la población habla el cuarto idioma nacional, el rético, una lengua románica. En la mayoría de los cantones, el idioma más hablado es el alemán-suizo, un dialecto que difiere ampliamente del alemán escrito y del resto de los dialectos (Perfil de Suiza, 2012).

En Suiza la educación es obligatoria, este es el principal motivo del alto estándar de educación existente en este país

Suiza se precia del alto estándar de su sistema de enseñanza pública. Al ser un país con pocos recursos naturales, su prosperidad depende en gran medida de su capacidad intelectual. La mayor parte de la gente sigue estudiando después de la escuela obligatoria y muchos hacen cursos de formación continuada a lo largo de su carrera profesional. Al mismo tiempo, el sistema educacional tiene que enfrentarse a nuevos desafíos ante los cambios que se producen en la sociedad y en el mundo. (Departamento Federal de Asuntos Exteriores Presencia Suiza, 2011, p. 7).

3.8.1.2 Factores políticos y legales.

En relación a la política exterior de Suiza, que detalla un aspecto de mucha importancia, resultado de que los suizos tienen la mente abierta a un mundo que está sujeto a una constante evolución y por lo tanto Suiza persigue el siguiente objetivo en política exterior

La constitución de Suiza fue diseñada principalmente para establecer el equilibrio entre los intereses del Estado, los intereses de los Estados miembro y los cantones, es así que uno de los intereses fundamentales es el desarrollo económico de la nación

En Suiza prevalece el Consejo Federal, que es el poder ejecutivo suizo, que a su vez se conforma de un colectivo de siete consejeros, los cuales son el máximo dirigente de su ministerio o también llamado Departamento federal, que es el encargado de la toma de decisiones y resoluciones, siempre y cuando se las tome en mutua aceptación. Es así que Consejo Federal es conocido como un consejo de ministros en el que todos tienen la misma importancia, a excepción de uno solo que es el Presidente Federal que resalta entre ellos por su cargo adherido, sin embargo, este cargo es simplemente representativo el cual se adjudica mediante el sistema de rotación. (Departamento Federal de Asuntos Exteriores Presencia Suiza, 2011)

Según el Departamento Federal de Asuntos Exteriores Presencia Suiza (2012). "El Gobierno suizo quiere ofrecer a la economía nacional las mejores condiciones". A tal objetivo fomenta la exportación e importación, invierte en la investigación científica y en el emplazamiento educacional suizo y ratifica acuerdos bilaterales y multilaterales con otros Estados" (p. 9)

3.8.1.2.1 Requisitos y Barreras de Ingreso.

3.8.1.2.1.1 Clasificación arancelaria:

Para la presente investigación se cree conveniente la indagación de los requisitos de acceso de un producto como el cacao en grano, hacia el mercado suizo, en primer lugar se ha investigado la clasificación arancelaria dentro de la cual se ubica este producto, la que es la siguiente:

Tabla No 10 Clasificación arancelaria		
Sección	IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Capítulo	18	CACAO Y SUS PREPARACIONES
Partida	1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
Subpartida	1801.00	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
S.A TARES	1801.0000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
Fuente: PROECUADOR- SWISSWORLD		
Elaborado por: el autor		

3.8.1.2.1.2 Barreras arancelarias.

Suiza pertenece a la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) junto con Islandia, Liechtenstein y Noruega. Este bloque fue creado el 4 de enero de 1960 por la convención de Estocolmo y entró en vigor en junio del mismo año, además se han establecido acuerdos suscritos individualmente con otros países en vías de desarrollo, está es la razón por la que el Ecuador tendrá un tratamiento diferencial, otorgado por un beneficio unilateral que Suiza le brinda, este beneficio o preferencia arancelaria se aplica en función del Sistema Generalizado de Preferencias, (SGP-PLUS) con su marco en la OMC (Organización Mundial del Comercio), que permite que países en desarrollo accedan a tratamientos arancelarios diferenciales, para que esto pueda ser posible se deberá presentar al momento de la liberación aduanera un certificado de origen (certificado A) que acredite que dicha mercadería pertenece a ese país en desarrollo y no a otro. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, 2012)

Tabla No 11 Arancel impuesto por Suiza a Ecuador				
Producto	Partida Arancelaria	Advalorem Especifico por kg	Liberación	IVA
Países en desarrollo	1801.0000	0%	Certificado de Origen A	2.5%
Fuente: OMC Elaborado: el autor				

Los productos importados en Suiza y los servicios, están sujetos a un impuesto de valor añadido (VAT). El VAT estándar es de 7.6% (8% desde el 2011), aunque algunos productos y servicios pagan un impuesto de 2.5%; tales como productos alimenticios, productos agrícolas (carnes, cereales, plantas, semillas y flores), medicinas y ciertas drogas, periódicos, revistas, libros y otros materiales impresos, además de servicios de radio y televisión, para el caso del cacao en grano el iva es de 2.5% ya que se trata de un producto agrícola. (MWSTG artículo 55, 2014, párr. 2)

3.8.1.2.1.3. Barreras no arancelarias.

El cacao en grano ecuatoriano debe presentar un certificado de origen para poder ingresar al mercado suizo, ya que este documento certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les correspondan. (PROECUADOR, 2012)

Además de este certificado se debe obtener un certificado emitido por la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), se presentará la solicitud de inspección por parte de las empresas verificadoras si fuera necesario y también el certificado de origen, debe ir acompañado de certificados fitosanitarios oficiales expedidos en el Ecuador

3.8.1.2.1.3.1 Normas y Requisitos Técnicos.

La normalización, en Suiza, está en manos de organismos privados, agrupados en la Asociación Suiza de Normalización (Schweizerische Normen-Vereinigung, SNV), una asociación privada sin fines lucrativos, integrada aproximadamente por 600 miembros, incluidas asociaciones privadas, instituciones y representantes del sector público. La SNV es miembro, entre otros, de la Organización Internacional de Normalización (ISO) y del Comité Europeo de Normalización (CEN) (PROECUADOR, 2012)

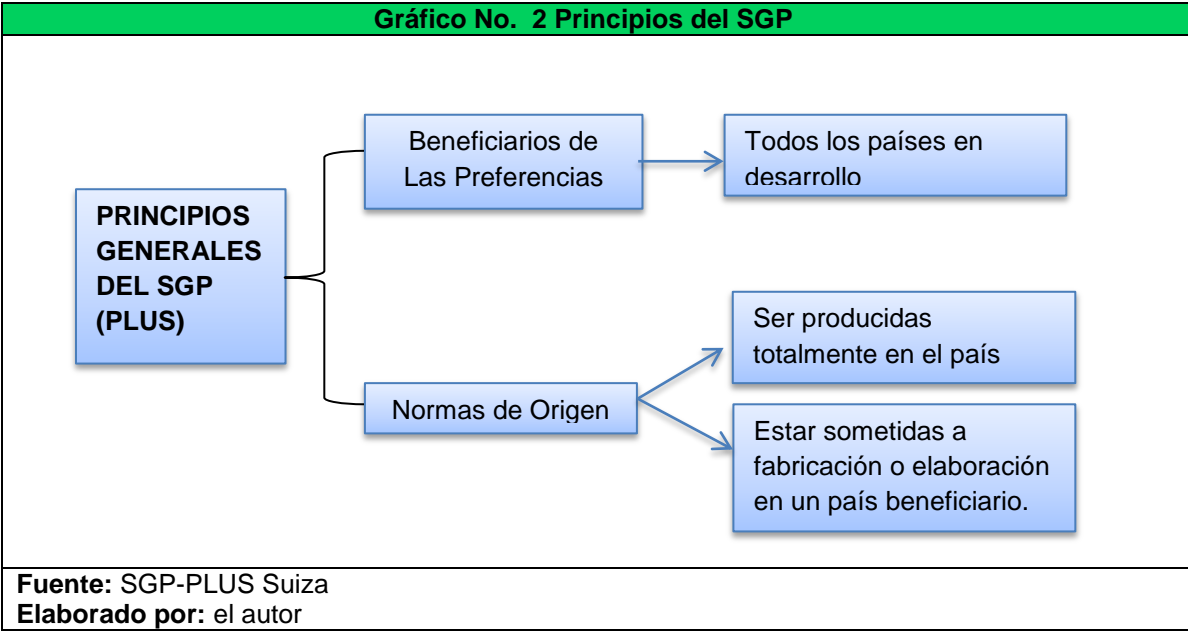
En Suiza los requerimientos de etiquetado, aplican a la mayoría de los productos esencialmente, la etiqueta y el empaque para la venta directa al consumidor debe indicar lo siguiente:

- El nombre específico del producto (en francés, alemán o italiano).
- Medidas métricas,
- Precio de venta y precio por unidad.

Adicional a esto, todos los pesos particulares y medidas, deben cumplir con las regulaciones de la Oficina de Medidas Federales (Eidg. Amt fuer Messwesen) además, debe incluirse información adicional en el caso de ciertos productos, para el cacao en grano es necesario detallar en la etiqueta el nombre del distribuidor o productor, país de origen y la fecha de vencimiento del mismo. (Área de inteligencia comercial-ADEX, 2012)

3.8.1.2.1.4 Principios generales de Suiza (SGP-PLUS).

El esquema suizo incluye normas de origen, que tienen que cumplir las mercancías para tener derecho al trato SGP. Las normas de origen del esquema suizo son similares a las de la Unión Europea (UE) y de Noruega



El trato preferencial concedido a las exportaciones de los países en desarrollo, tiene por finalidad ayudar a que aumenten y diversifiquen sus exportaciones.

El esquema de preferencias suizo concede “trato preferencial, en forma de exención de derechos en la mayoría de sus casos, en lo que se refiere a los productos industriales se caracteriza por la inexistencia de todo tipo de

restricciones cuantitativas sobre estos productos”. (Conferencia de Las Naciones Unidas, 2008, Art. 5)

Los documentos exigibles para el ingreso al mercado suizo son los siguientes:

1.- Factura comercial (3 copias)

- Descripción del producto y embalajes.
- Peso neto y bruto
- Cantidad
- Precio
- Costo del transporte y de seguro hasta la frontera de Suiza.

2.- Certificado de Origen.

- Realización del certificado de origen A, ante la Secretaría de Industria, Comercio y Minería

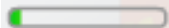
3.- Certificados Sanitario y fitosanitario.

- Expedidos en el Ecuador

3.8.1.2.1.5 Riesgo país Suiza.

En la siguiente tabla se muestra una serie de factores que ofrece CESCE (2014), a través del Riesgo País, el diagnóstico de los riesgos derivados del comercio y la inversión en el exterior, además de la valoración de los riesgos políticos tanto a corto como a medio y largo plazo, así como la valoración de los riesgos comerciales que afectan a las operaciones de comercio e inversión en cada país.

Es así que se puede detallar cada uno de estos factores, los que se fundamentan en la especialización y la experiencia adquirida por CESCE en el aseguramiento de riesgos derivados de la internacionalización.

Gráfico No. 3 Riesgo país Suiza	
Suiza	Situación
Riesgo comercial	
Riesgo político corto plazo	
Riesgo político medio/ largo plazo	
Situación política	Muy estable
Economía interna	
Estado:	Regular
Evolución:	Negativa
Economía externa	
Estado:	Favorable
Evolución:	Estable
Fuente: CESCE 2014	
Elaborado por: el autor	

3.8.1.2.1.5.1 Análisis de factores determinantes del riesgo país en Suiza.

Para realizar el análisis se debe entender que el riesgo comercial, el riesgo político tanto a corto, medio y largo plazo se representan a través de una escala de color, que va del verde intenso (riesgo muy bajo, inexistente) al rojo intenso (riesgo muy alto), (CESCE, 2014)

Riesgo comercial

Suiza presenta un riesgo comercial muy bajo, casi inexistente es decir, que este país ofrece amplias oportunidades al comercio exterior, lo que beneficia las bases fundamentales de esta investigación.

Riesgo político corto plazo

Se puede identificar que en Suiza, este riesgo a corto plazo el cual afecta a inversores, compañías así como a gobiernos, es muy bajo o casi inexistente, es decir que Suiza presenta condiciones óptimas para invertir en el sector comercial sin tener ninguna clase de riesgo político.

Riesgo político medio/ largo plazo

Se puede identificar que de igual manera, este riesgo a medio y largo plazo, en Suiza, es muy bajo o casi inexistente, es decir que Suiza presenta condiciones

óptimas para invertir en el sector comercial sin tener ninguna clase de riesgo político ya sea a corto medio y largo plazo.

3.8.1.2.1.5.2 Diagnóstico de la situación política y económica de Suiza.

Cabe señalar que además del riesgo país, se establece un diagnóstico de la situación política y económica, así como de su previsible evolución, de una forma homogénea, que permita la comparación entre la situación política y económica entre Suiza y Ecuador. (CESCE.2014)

Situación política.

Suiza se establece como un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables, sin perspectivas de cambios que puedan afectarlas. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo país (CESCE, 2014).

Situación económica interna.

Estado: la evolución de algunos indicadores macroeconómicos es desfavorable, o existen problemas que pueden empeorar/impedir la mejora de la situación económica (CESCE, 2014)

Evolución: perspectivas desfavorables. Se prevé un empeoramiento con respecto a la situación actual (CESCE, 2014)

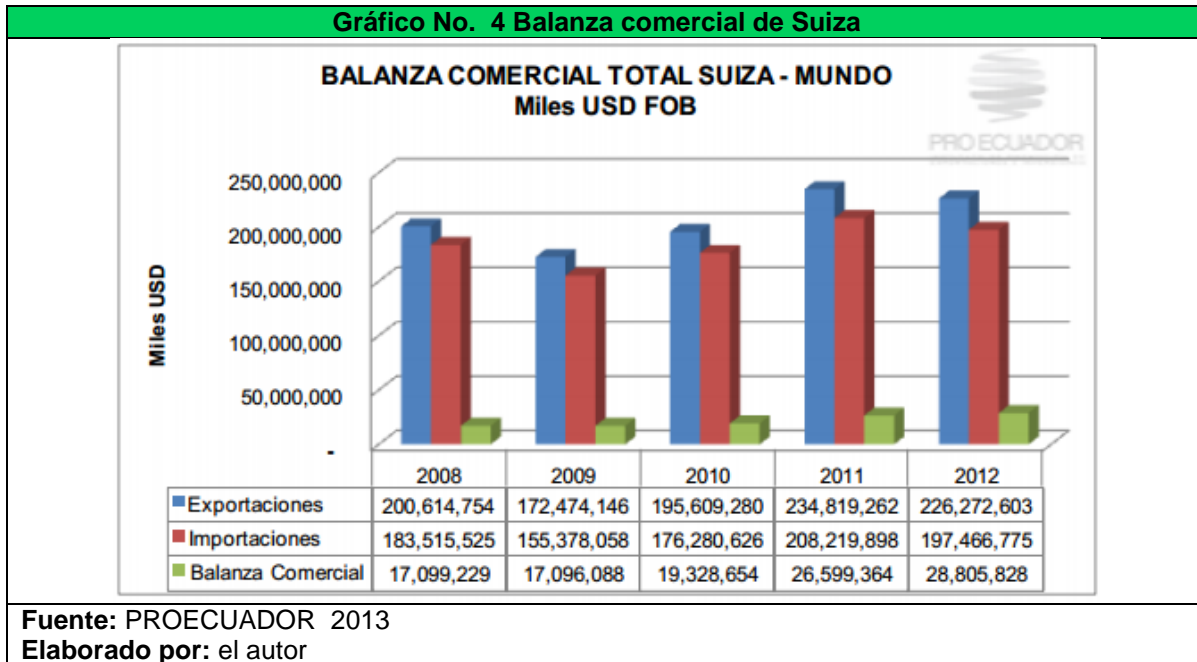
Situación económica externa.

Estado: situación de solvencia buena. Indicadores de liquidez exterior y endeudamiento manejables. (CESCE, 2014)

Evolución: perspectiva estable. Se prevé que la situación continúe sin cambios (CESCE, 2014)

3.8.1.2.1.6 Balanza Comercial de Suiza.

Comparación entre las exportaciones y las importaciones de Ecuador y Suiza en los últimos 5 años.



Se puede identificar que en Suiza específicamente desde el año 2008 al 2012, se ha presentado una balanza comercial positiva es decir que las exportaciones han sido mayores que las importaciones lo cual es beneficioso para el Ecuador, identificando el valor con mayor superávit en el año 2012, donde este alcanzó 28,805 millones de dólares.

Las exportaciones crecieron a un ritmo de 8.08% y las importaciones presenta una tasa de crecimiento promedio anual (TCPA) de 6.61%.

3.8.1.3 Factores Geográficos.

De acuerdo a lo mencionado por el Centro de Comercio Internacional Suiza (2011). "La Confederación Suiza se transformó a lo largo de los siglos de una laxa unión tripartita de las comarcas forestales en 1291 (juramento de Rütli) en un Estado federal moderno con 26 cantones. La Antigua Confederación fue sustituida por el Estado federal moderno en el año 1848. Suiza se encuentra en el corazón

de Europa Occidental en el centro del eje que une el norte con el sur continental”
(p. 2)

Tabla No 12 Situación y localización geográfica	
Crecimiento poblacional	0.78% (2012)
Capital	Berna
Moneda oficial	Franco Suizo (CHF)
Tasa de cambio	1 Franco Suizo (CHF) por 1.050US dólar (2013)
Tasa de Inflación anual	-0.4% (2013.)
Fuente: Trade Map. 2013 Elaborado por: el autor	

Según datos de la Conferencia de Las Naciones Unidas (2012) “Suiza cuenta una superficie de 41.285 Km², Suiza abarca tan sólo el 1,5 por mil de la superficie terrestre habitada, limitando al norte con la República Federal de Alemania, este con Austria y el Principado de Liechtenstein, sur con Italia y por el oeste con Francia. Un total de 7,7 millones de habitantes o el 0,1 por ciento de la población mundial vive en Suiza. (p. 2)

Suiza se caracteriza por ser, “un Estado neutral desde 1515, por otra parte, la neutralidad permite a Suiza asumir un rol importante de mediador en las relaciones internacionales.” (p. 3)

El Gobierno suizo ofrece las mejores condiciones a su economía, fomentando las exportaciones y de igual manera invierte en la investigación científica y tecnológica, así también ratifica acuerdos bilaterales y con otros países en el ámbito internacional.

En la actualidad el Gobierno suizo se identifica como uno de los países más desarrollados del mundo, debido a su política de neutralidad, además de que alberga una gran cantidad de inmigrantes descendientes de naciones de otros continentes, esta es la razón por la cual este país es considerado como uno de los países europeos con mayor diversidad cultural.

La movilización de la carga de comercio exterior, se lo hace principalmente por tres modos de transporte, a continuación se detallan los principales puertos, aeropuertos y vías terrestres más importantes en Suiza.

3.8.1.3.1 Infraestructura de transporte.

Según datos de PROECUADOR (2011), "Suiza es un Estado Federal ubicado en el Centro de Europa Occidental, sin salida al mar con conexiones portuarias a través del río Rin; Suiza limita al Norte con Francia y Alemania, al Este con Austria y Liechtenstein, al Sur con Italia y al Oeste con Francia". (p.17)

El país posee una infraestructura de transporte compuesta principalmente por una densa red ferroviaria que le permite mantenerse interconectado con el resto del continente europeo. Así mismo, cuenta con una extensa red vial de alrededor de 71,220 Km, de los cuales 1,515 Km son autopistas. (p.17)

Para el acceso físico de los bienes ecuatorianos a Suiza existen servicios aéreos con frecuencia diaria desde Guayaquil y Quito, con conexiones en ciudades americanas y europeas. En cuanto a servicios marítimos existen una serie de navieras que operan trayectos hacia Europa Norte, con reexpedición vía terrestre o fluvial a Zúrich. (p.17)

3.8.1.3.1.1 Acceso Marítimo.

Al analizar lo establecido en el documento Ficha comercial de la Confederación Suiza realizada por PROECUADOR (2011), "por su ubicación geográfica, el país no cuenta con puertos marítimos. Los puertos de Amberes en Bélgica, Rotterdam en Holanda y Hamburgo en Alemania, principalmente, podrían considerarse como las puertas marítimas de entrada a Suiza. Desde los puertos antes mencionados, la mercancía es redespachada hacia Zúrich y Basilea" (p.17)

El Rin, cuya fuente brota en los Alpes suizos, es la frontera natural entre Suiza y Alemania. Sin embargo el río es navegable sólo a partir del Puerto de Basilea, por lo cual es considerado como uno de los centros de trasbordo más importante de la

navegación en territorio suizo por lo cual es sede de la Oficina de Navegación Marítima. Es ahí donde se embarcan y descargan las mercancías (p.17)

El potencial anual de trasbordo comprende el 15% del comercio exterior suizo, lo cual equivale a un total de casi 9 millones de toneladas (p.17)

3.8.1.3.1.2 Aeropuertos.

De acuerdo a lo mencionado por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2011), "Suiza posee una eficiente infraestructura aeroportuaria compuesta principalmente por los aeropuertos de Zúrich, Basilea y Ginebra". (p.17)

El aeropuerto de Kloten es el más grande de Suiza, se encuentra en Kloten, a las afueras de Zúrich. Es el único de los aeropuertos de tráfico civil que se extiende por completo en territorio suizo, su expansión se compone de un nuevo aparcamiento, un terminal intermedio y un tren subterráneo que transportara a los pasajeros entre el nuevo terminal y el ya existente; servicios que lo hacen cada vez más eficiente en transporte aéreo y lo convierte en la base de la compañía aérea más importante de suiza, Swiss Internacional Air Lines, siendo la principal aerolínea en suiza que presta servicios en Europa, Asia, América y África. (PROECUDOR, 2011, p.17)

El aeropuerto de Ginebra (Cointrin) se encuentra ubicado a 5 km del centro de ciudad, cuenta con conexiones directas a las autopistas y a la línea ferroviaria nacional. (p.18)

El aeropuerto de Basilea-Mulhouse (Euroairport) está situado en frontera franco-suiza en el municipio de Saint-Louis. La mayoría de los servicios u operaciones que ofrecen estos dos aeropuertos son en territorio francés, debido a su ubicación fronteriza. (p.18)

En general, los servicios aéreos suizos se encuentran dotados de buenas instalaciones, que además de contar con servicio aduanero, poseen equipos para la movilización de todo tipo de carga, así como infraestructura para el almacenamiento de refrigerados. (p.18)

Actualmente, ninguna aerolínea opera servicio directo hacia Suiza desde Ecuador, la carga de exportación es movilizada en vuelos vía principales aeropuertos de

Europa Norte, desde donde es reexpedida vía aérea o terrestre hacia Basilea, Ginebra o Zúrich. Otra alternativa de transporte aéreo la constituyen los servicios con conexiones en Estados Unidos, vía Miami, principalmente. (p.18)

3.8.1.3.1.3 Ferrocarril.

En relación a lo mencionado por PROECUADOR (2011), "La geografía física del territorio suizo es la principal consecuencia por lo cual la mayoría de sus rutas ferroviarias se ubican en las montañas, estas atraviesan los Alpes conectando a Francia, Alemania e Italia; contando así con una envidiable reputación de eficiencia. También es el medio más utilizado en el país conectando a casi todas sus ciudades y pueblos entre sí" (p.18)

La red férrea suiza comprende 5,200 km, de las cuales el 57% es de propiedad estatal y la mayoría de esta se encuentra electrificada, los principales operadores férreos son: Los Ferrocarriles Federales Suizos (FFS) o (SBB), el cual maneja casi 3,000 km del total de la red férrea, el Berna-Lötschberg-Simplon (BLS), que todavía cubre la ruta transalpina que pasa por el túnel de Lötschberg.; el Ferrocarril Rético (RhB), que opera en el cantón de Grisones, en el sudeste de Suiza con las principales rutas movilizan cerca de 56 millones de mercancías mensuales. (p.18)

En la ciudad de Zúrich se encuentra la principal estación de trenes denominado el eje central del sistema ferroviario de Suiza, que comunica en el ámbito comercial a gran parte de su territorio con países vecinos.

3.8.1.4 Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)

El POAM es la metodología utilizada para identificar y valorar las amenazas y oportunidades que presenta un determinado país o grupo objetivo, dependiendo de su impacto e importancia se puede determinar si un factor en el entorno, constituye una amenaza o una oportunidad para las actividades a realizarse.

Escala de medición:

Oportunidades	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
Amenazas	Baja	1
	Media	2
	Alta	3

Tabla No 13 Perfil de oportunidades y amenazas del medio				
	OPORTUNIDAD		AMENAZA	
ENTORNO SOCIO, ECONÓMICO	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB	Alto	3		
Inflación	Alto	3		
Población	Alto	3		
Tasa de crecimiento poblacional			Bajo	1
Distribución de los ingresos	Alto	3		
Sistema educativo y Nivel de educación	Alto	3		
	Suma	15	Suma	1
	Promedio	3	Promedio	1
ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL				
Barreras arancelarias	Alto	3		
Barreras no arancelarias	Alto	3		
Acuerdos de libre comercio (SGP-PLUS)	Alto	3		
Riesgo país	Alto	3		
Situación económica interna			Bajo	1
Situación económica externa	Alta	3		
	Suma	15	Suma	1
	Promedio	3	Promedio	1
ENTORNO GEOGRÁFICO				
Infraestructura de transporte de Suiza	Media	2		
Calidad de las vías	Alto	3		
	Suma	5	Suma	0
	Promedio	2.5	Promedio	0
Fuente: Serna, (2010).Gerencia Estrategia				
Elaborado por: el autor				

Tabla No 14 Resumen POAM		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ENTORNO SOCIO, ECONÓMICOS	3	1
ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL	3	1
ENTORNO GEOGRÁFICO	2.5	0
SUMA	8.5	2
PROMEDIO	2.83	1
Fuente: Serna, (2010).Gerencia Estrategia Elaborado por: el autor		

3.8.1.4.1 Análisis externo: Perfil de oportunidades y amenazas del medio.

Al analizar los promedios tanto de las oportunidades como de las amenazas se puede identificar que el puntaje promedio de las oportunidades (2.875), es mayor que el de las amenazas (1), con lo cual se puede deducir que el análisis externo en cuanto a la demanda del presente proyecto, es favorable.

Entorno socio-económico.

En lo que se refiere al entorno socio, económico de Suiza, se puede identificar que las variables analizadas, tales como el PIB, la inflación y la población son determinantes para el acceso al mercado internacional, debido a que Suiza presenta un PIB que expresa una mayor estabilidad económica, la inflación repercute en el incremento del poder adquisitivo del consumidor suizo y en el incremento en el volumen de ventas del producto, es así que la inflación es un factor mínimo que no afecta de gran manera a Suiza, debido a la estabilidad de precios y finalmente el crecimiento de la población, que aunque no se lo identifica como un porcentaje representativo, define la oportunidad de impacto, que repercute en la cantidad de consumidores para el producto ofertado.

Entorno político y legal.

Al analizar este entorno, se puede identificar que Suiza presenta un ambiente recomendable para la realización de negocios internacionales, por lo que Ecuador mantiene acuerdos comerciales con Suiza (SGP-PLUS) lo que permite que el producto (cacao en grano) se libere del pago de aranceles, por tratarse de un

producto que cuenta con certificado de origen y por pertenecer a un país en vías de desarrollo, además de que el riesgo país es mínimo y casi inexistente, lo que otorga condiciones óptimas de estabilidad política, económica y comercial para realizar negocios internacionales en este país.

Entorno geográfico.

Se puede analizar que en Suiza la infraestructura de transporte, representa una oportunidad aceptable para la realización del comercio, aunque Suiza está compuesta principalmente por una densa red ferroviaria que le permite mantenerse interconectado con el resto del continente europeo, no cuenta con salidas hacia el mar lo que ocasiona que para el acceso físico de los bienes ecuatorianos hacia Suiza, existen servicios aéreos con frecuencia diaria desde Guayaquil y Quito, con conexiones en ciudades americanas y europeas. En cuanto a servicios marítimos existen una serie de navieras que operan trayectos hacia Europa Norte, con reexpedición vía terrestre o fluvial hacia Zúrich. (PROECUADOR, 2011)

3.8.2 ANÁLISIS MERCADO - PRODUCTO ZURICH-SUIZA.

3.8.2.1 Empresas chocolateras.

En Suiza existen más de 30 empresas chocolateras, de las cuales únicamente se realizará el análisis de 4, las cuales pertenecen a la ciudad de Zúrich, es así que se ha determinado el siguiente análisis:

3.8.2.1.1 Barry Callebaut Sourcing Ag.

Según información obtenida de la empresa, mediante su página web oficial (2014) se puede señalar que:

Barry Callebaut produce chocolate y productos de cacao desde hace más de 150 años, son una empresa totalmente integrada que desarrolla sus actividades paso a paso, a través de la compra de componentes como granos de cacao hasta producir el producto de chocolate más fino. (parr. 1)

Además son principales fabricantes de chocolates en el mundo y productos de cacao de alta calidad, cuentan con una red global con centros de producción en Europa, África, América del Norte y del Sur, así como de Asia y el Pacífico. (parr. 2)

Su experiencia, junto con su enfoque en la innovación y la I + D, les permite atender muchas necesidades de diferentes clientes y responder a las preferencias de los consumidores en todo el mundo. Sus clientes se benefician de más de 6.000 recetas de chocolates. Barry Callebaut tiene fuertes raíces tradicionales en Europa y tiene su sede en Suiza (parr. 3)

3.8.2.1.2 Hermes Süsstoff Ag.

Según información obtenida de la empresa, mediante su página web oficial (2014) se puede señalar que:

HERMES SÜSSSTOFF AG es un proveedor de productos tales como golosinas chocolatadas, azúcar, cacao y chocolate, sus principales mercados incluyen América del Norte, América del Sur, Europa Occidental, Europa Oriental, Asia del Este, Sudeste de Asia, Medio Oriente, África y otras regiones del mundo y tiene su sede en Suiza. (parr. 1)

3.8.2.1.3 Confiserie Sprungli Ag.

Según información obtenida de la empresa, mediante su página web oficial (2014) se puede señalar que:

Empresa suiza fundada en 1836, cuenta con una exquisita variedad de los más renombrados pasteles en Europa, además posee prestigio gracias a chocolates suizos, que son reconocidos en todo el mundo como los mejores. Los productos de la empresa no sólo son de la mejor calidad, sino también poseen frescura única y naturalidad. (parr. 2)

Además esta empresa cuenta con cafeterías y bares, en la actualidad opera en y alrededor de Zúrich, en cerca de catorce sucursales de venta en ciudades reconocidas como Basilea, Berna, Winterthur y Ginebra. (parr. 3)

3.8.2.1.4 Confiserie Honold Ag.

Esta empresa opera en el corazón del casco antiguo de la ciudad de Zúrich, ahora se ha convertido en una empresa con más de 85 empleados, se especializa en producir, bombones, mazapanes y otros productos de confitería los cuales exhibe en sus tiendas de manera que los clientes y transeúntes puedan obtener una visión de la producción, a través de los grandes ventanales, esta empresa solamente adquiere materia prima como cacao en grano sumamente seleccionado y de altos estándares de calidad. (parr. 4)

3.8.2.2 Perfil del Consumidor.

Al analizar la demanda de cacao en grano en Suiza, debemos tomar en cuenta información que permita conocer de mejor manera gustos, preferencias y tendencias de mercado presentes en los consumidores suizos, esta clase de información es de fundamental aporte para continuar la investigación, además se analizara cifras con respecto al nivel de consumo en el mundo y en las principales ciudades de Suiza, que son objeto de estudio.

A través del análisis del perfil del consumidor, es posible determinar grupos específicos que consumen un determinado producto (cacao en grano), para analizar de mejor manera este aspecto, se ha establecido una subdivisión la cual facilite y permita conocer datos específicos.

3.8.2.2.1 Perfil demográfico.

Población

Zúrich es la ciudad más poblada del país con aproximadamente 1.332.730 habitantes que representan el 17.4% del total de la población, Zúrich es la capital

del cantón homónimo. La ciudad está ubicada en la desembocadura del lago de Zúrich al río Limmat. (Oficina Federal de Estadísticas, 2012)

Género.

Tabla No 15 Población Zúrich por género		
	Numero	%
Población femenina	675.108	50.70%
Población masculina	657.619	49.30%
Fuente: Trade Map. 2012 Elaborado por: el autor		

La población perteneciente al género masculino, representa el 50.7% de la población total de Zúrich, mientras que la población femenina representa el 49.3%.

Edad.

Tabla No 16 Población Zúrich por rango de edad		
	Numero	%
Tramo de edad entre 0-19	263.327	20,1%
Tramo de edad entre 20-64	854.553	63,9%
Tramo de edad superior a 65 años	204.922	15,9%
Fuente: Trade Map.2012 Elaborado por: el autor		

Se puede identificar que el rango de edad que va de 0-19 años representa el 20.1%, mientras que la edad correspondiente a 20-64 años representa 63.9% y finalmente se puede identificar que las personas que superar los 65 años representan a los 15.9%.

Ocupación.

Tabla No 17 Población Zúrich por ocupación	
Población ocupada en el sector agrario (%)	2,0%
Población ocupada en el sector industria (%)	10,9%
Población ocupada en el sector de la construcción (%)	5,5%
Población ocupada en el sector servicios (%)	76,6%
Fuente: Trade Map. 2012 Elaborado por: el autor	

Se puede identificar que la población de Zúrich se enfoca en las siguientes ocupaciones que representan los principales ingresos económicos para la ciudad,

por lo que solamente el 2% de la población se dedica al sector agrario, el 10.9% se dedica al sector industrial, el 5.5% se dedica al sector de la construcción y el 76.6% se dedica al sector de los servicios.

3.8.2.2.2 Perfil psicográficos.

Gustos y preferencias.

Suiza importa sobre todo el cacao para la producción de chocolate, por lo que el consumo per cápita de cacao en grano es de 11.9 kg h/año, lo que hace que este país se presenta como un mercado atractivo para la exportación de este producto, además de que la población suiza posee un alto poder adquisitivo con un PIB superior a los 42,600 USD por habitante al año, permitiendo al consumidor suizo adquirir productos elaborados a base del cacao en grano como es el chocolate (PRO ECUADOR, 2011)

Los suizos consumen principalmente el chocolate en barra el cual tiene como ingrediente principal al cacao en grano, además este producto alcanza una cuota de mercado del 50% de la venta total.

Los compradores suizos de cacao en grano prefieren que la presentación sea en sacos de yute de 64 kilos, libre de insectos y acorde con estándares de calidad predefinidos en el contexto internacional, cabe señalar que el consumidor suizo prefiere equechual cacao ecuatoriano debido a que es un producto de alta calidad por ser un cacao fino y de aroma

3.8.2.2.3 Perfil conductual.

Frecuencia y expectativas de consumo.

Según datos obtenidos de Trade Map, Desde el año 2008 las importaciones realizadas por Suiza, en lo referente a la subpartida 1801.0000, se han incrementado en un 26.4% promedio anual, además para identificar el consumo nacional aparente de este producto, se ha realizado un análisis en base a la elaboración del chocolate en Suiza, ya que el producto en sí se elabora mediante

la utilización de cacao en grano, es así que el consumo nacional aparente del chocolate y por lo tanto del cacao en grano, ha crecido en un 2.35%, “la evolución de las ventas, el consumo y el comercio exterior de chocolate sigue una tendencia constante al alza (...), este sector no ha sufrido graves daños a consecuencia de la crisis y se espera que prosiga su crecimiento durante los próximos años”. (Ortiz A, 2010, p.11)

Además cada habitante de la Confederación Suiza, en cifras concretas, consume individualmente 11,9 kilos, equivalente a 6% de aumento con relación a años precedentes. (Swissinfo, 2011)

3.8.2.3 Canal de Distribución.

Debido a las características geográficas y demográficas en Suiza se cuenta con una red de distribución con canales cortos: importadores, mayoristas y minoristas, es muy frecuente encontrar que las mismas empresas trabajen simultáneamente tanto como importadores, mayoristas y minoristas. (Guía comercial a Suiza, 2011).

Según lo señalado por la Guía comercial a Suiza (2011) se puede identificar los siguientes canales:

Canales mayoristas: Se actúa a través de estos canales generalmente cuando se manejan grandes volúmenes de ventas ya que éstos suelen contar con la infraestructura adecuada. Es muy frecuente que lo usen en vinos y productos frescos. Es de anotar, que en la actualidad, estas empresas están perdiendo protagonismo ya que las grandes empresas de distribución o las centrales de compras minoristas están asumiendo las funciones propias de los mayoristas. (p. 14)

Canales minoristas: estos se abastecen directamente de los fabricantes e importadores mayoristas, lo hacen en grandes cantidades y se encargan de hacer llegar el producto al consumidor final. (p. 14)

Las características de los principales canales de distribución son:

- Existe gran concentración en el segmento superior de facturación de ventas (Volumen). (p. 13)

- Existe un debilitamiento del segmento medio- alto de facturación: hay una reducción significativa del número de empresas y su cuota en el volumen global de facturación. (p. 13)

- Se evidencia una proliferación y consecuente atomización en el segmento medio bajo, esto es: hay un aumento del número de pequeñas empresas comercializadoras. (p. 13)

- Por lo general, cuando se habla de los canales de distribución en Suiza, se evidencia confusión entre los distintos niveles ya que son pocos los importadores- mayoristas, que no actúan también como minoristas. (p. 13)

3.8.2.4 Análisis del producto Ecuador y Suiza.

3.8.2.4.1 El producto

Se puede identificar que el cacao fino y de aroma tiene características únicas y distintivas de aroma y sabor, buscadas por los fabricantes de chocolate para obtener productos de calidad y sabor insuperables especialmente por las principales chocolateras de la ciudad de Zúrich en Suiza.

La ventaja competitiva y comparativa del Ecuador, es que en este país se produce desde hace ya 500 años, el mejor cacao fino de aroma, indispensable para la elaboración de chocolates finos, de las más afamadas marcas del mundo, exportando más del 77% del cacao fino y de aroma consumido en todo el mundo (Marcial C et al, 2011)

3.8.2.4.2 Producción

3.8.2.4.2.1 Producción de cacao en grano a nivel mundial

Se puede identificar que a nivel mundial, las proyecciones indican que la producción mundial de cacao tendrá una tasa de crecimiento anual de 2,2%, de acuerdo a la Organización Internacional del Cacao-ICCO, en el presente año la

producción de cacao a nivel mundial estará concentrada en un 69.8% en África, 16.1% en América y 14.1% en Asia y Oceanía. (ICCO, 2013)

En la siguiente tabla se muestra los principales países productores de cacao en grano, tanto en su producción efectiva y la prevista, además de la tasa de crecimiento, los datos se enfocan hasta el año 2013.

Tabla No 18 Producción de cacao mundial en miles de toneladas						
	2010/2011		Estimada 2011/12		Proyectada 2012/13	
AFRICA	3,226	74.80%	2,905	71.30%	2,796	69.80%
Camerun	229		207.0		210	
Costa de Marfil	1,511		1,486		1,470	
Ghana	1,025		879		820	
Nigeria	240		230		210	
Otros	221		104		86	
AMÉRICA	562	13.00%	639	15.70%	644	16.10%
Brazil	200		220		230	
Ecuador	161		190		190	
Otros	201		229		224	
ASIA Y OCEANÍA	527	12.20%	531	13.00%	563	14.10%
Indonesia	440		450		475	
Papua Nueva Guinea	48		45		45	
Otros	39		36		43	
TOTAL MUNDIAL	4,315	100%	4,075	100%	4,003	100%
Fuente: PROECUADOR						
Elaborado por: el autor						

3.8.2.4.2.2 Producción de cacao en grano en Suiza.

Suiza a pesar de ser uno de los principales países fabricantes de los mejores chocolates del mundo, no producen cacao en grano, dado que las condiciones climatológicas no se lo permiten, a pesar de esto la producción de cacao en Suiza se está desarrollando, pero a muy baja escala, esta actividad implica un alto costo invertido en la utilización de invernaderos climatizados, en los cuales se pueden sembrar especies provenientes de la selva amazónica en América del Sur, en el cual crecen unas cuantas plantas. (Álvarez J, 2014)

Cabe señalar que con el fruto de las especies sembradas en los invernaderos se fabrica el chocolate más especial de Suiza, apenas 100 tabletas al año, que se venden a más de 30 dólares la unidad, es importante recalcar que para que Suiza utilice su propio cacao para la elaboración de chocolate y pueda comercializarlo mundialmente, gastaría todas las reservas de los bancos de Zúrich y todavía no sería suficiente para construir y calentar suficientes invernaderos; y esto, sin hablar de la calidad, que sería probablemente muy inferior. (Álvarez J, 2014)

3.8.2.4.2.3 Producción de cacao en grano en Ecuador (en kilos o toneladas, superficie del área cultivada, rendimiento por hectárea cultivada)

Según datos de PROECUADOR (2013) datos de producción disponibles hasta el año 2011, registran a nivel nacional de 224,163 Tn, con una superficie sembrada de 521,091 Has y una superficie cosechada de 399,467 Has. Tanto la superficie sembrada, la cosecha y la producción registran incrementos en los últimos cinco años registrados (2007–2011), dando una tasa de crecimiento promedio anual de 5.35% para la superficie sembrada, 2.87% para la superficie cosechada y 14.28% para la producción de cacao. El aumento también se refleja en el rendimiento del producto. (p. 6)

Tabla No 19 Producción superficie y rendimiento del cacao				
Año	Superficie sembrada (hectáreas)	Superficie cosechada (hectáreas)	Producción (Ton. métricas)	Rendimiento
2007	422,985	356,657	131,419	0.37
2008	455,414	360,025	132,100	0.37
2009	468,840	376,604	143,945	0.38
2010	470,054	398,104	189,755	0.48
2011	521,091	399,467	224,163	0.56
Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR				

La región que concentra la mayor superficie cosechada de cacao es la región Costa, que en el 2009 registro el 80% de la superficie total a nivel nacional. Las provincias que cuentan con una mayor superficie cosechada de cacao son

Manabí, Los Ríos y Guayas, también tiene una participación Esmeraldas, el Nororiente, El Oro. Las principales provincias de la región Sierra que cultivan cacao son Cotopaxi, Bolívar, Cañar, pero en menor participación. (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2013, p.5)

3.8.2.4.3 Exportaciones.

3.8.2.4.3.1 Exportaciones de cacao en grano por países.

Al analizar a los principales países exportadores de cacao en grano, se puede identificar que estos son países en desarrollo, dentro de este grupo los exportadores en 2012 de cacao en grano son los siguientes países: Costa de Marfil, Ghana, Nigeria, Camerún, Países Bajos y Ecuador que se encuentra en el séptimo lugar como exportador, con un monto de exportación de \$339,558 en el mismo año, correspondientes a 147.329 Tn exportadas.

Tabla No 20 Principales países exportadores de cacao en grano por Toneladas				
	2010	2011	2012	2013
Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	790.912	1.073.282	1.011.631	1.166.001
Ghana	281.437	629.081	585.929	676.724
Países Bajos (Holanda)	167.081	207.773	181.726	214.516
Nigeria	588.438	248.576	210.097	212.451
Indonesia	432.427	210.067	163.501	188.420
Camerún	193.881	190.214	173.794	181.277
Ecuador	116.318	157.782	147.329	178.273
Bélgica	82.263	80.663	114.621	121.086
República Dominicana	52.209	47.960	67.463	63.629
Estonia	42.982	55.180	56.733	49.339
Papua Nueva Guinea		1.816.520	950.827	46.566
Perú	11.323	20.264	26.819	32.061
Uganda	16.850	17.936	19.664	26.283
Estados Unidos de América	24.491	11.132	14.153	17.230
Alemania	9.404	12.663	11.740	16.078
Sierra Leona	14.553	21.026	24.465	11.856
Liberia	5.720	9.794	12.334	10.844
Tanzanía, República Unida de	7.382	8.725	8.855	9.926
Colombia	4.517	2.304	4.321	7.693
Fuente: Trade Map 2013				
Elaborado por: el autor				

3.8.2.4.3.2 Exportaciones de cacao en grano desde Suiza hacia el resto del Mundo.

Según datos de Trade Map (2012), las exportaciones correspondientes a cacao en grano subpartida 1801.0000, realizadas por Suiza a los diferentes países del mundo se presentan en la siguiente tabla:

Tabla No 21 Exportación de cacao en grano	
Año	Exportación tn
2008	322
2009	180
2010	389
2011	1175
2012	297
2013	263
Fuente: Trade Map. 2013 Elaborado por: el autor	

Las exportaciones presentan una tendencia a la baja del 74.72% promedio anual.

Se puede concluir que a pesar de que Suiza ha incursionado en la siembra de cacao en grano, no ha logrado resultados favorables, debido a que sus exportaciones son mínimas además que el promedio de crecimiento es negativo lo que representa que ese producto no está aportando a la economía suiza.

3.8.2.4.3.3 Exportaciones de cacao en grano desde Ecuador hacia el resto del Mundo.

Con relación al volumen de exportación de este sector, el cacao en grano es el principal producto exportado por Ecuador al mundo, registra una TCPA positiva durante 2007-2012, de 12.14% y una participación en el volumen exportado en el 2010 de 85.40%. (PROEcuador, 2013)

A continuación se muestra las exportaciones realizadas por el Ecuador al resto del mundo, expresada en toneladas

Tabla No 22 Exportación de cacao en grano	
Año	Exportación Tn
2008	86,372
2009	126,969
2010	116,318
2011	158,544
2012	147,329
2013	178,273
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) 2013	
Elaborado por: el autor	

El cacao en grano crudo tuvo una participación al 2012 de 69% con un crecimiento promedio anual de 12%.

Se puede concluir que el cacao ecuatoriano se ubica en el cuarto lugar dentro de las exportaciones en cuanto a importancia, con unos \$ 2.700 millones, de los cuales, el 79% corresponde a cacao en grano, el cacao del Ecuador ha sido considerado como un cacao diferente a los otros, debido a sus características organolépticas especiales que le diferencian de otros cacaos de calidad (Revista el Agro, 2012)

3.8.2.4.4 Importaciones.

3.8.2.4.4.1 Importaciones de cacao en grano a nivel mundial.

En este sentido, los importadores más representativos de cacao en grano durante el 2012 fueron los siguientes: Países Bajos, registrando una participación de 20% y una TCPA durante 2008-2012 de 7%; Estados Unidos con una contribución de 13% y una TCPA de 4%; y Malasia que alcanzó 11% de las importaciones mundiales y con una TCPA de 6%. (PROECUADOR, 2013)

A continuación se muestra los principales países importadores de cacao en grano desde el año 2009 expresadas en Tn.

Tabla No 23 Principales países importadores de cacao en grano en Toneladas				
	2010	2011	2012	2013
Países Bajos (Holanda)	684.800	784.316	682.450	630.745
Estados Unidos de América	402.061	463.883	409.768	445.203
Alemania	341.272	425.072	337.447	292.697
Malasia	319.441	327.084	339.009	264.856
Bélgica	160.154	201.426	198.182	250.454
Francia	137.063	145.490	125.505	121.995
España	91.957	86.522	92.949	102.664
Italia	81.902	91.870	87.295	89.165
Turquía	68.217	77.659	81.667	82.188
Singapur	93.445	84.630	83.966	77.725
Reino Unido	130.460	135.859	92.523	73.104
Canadá	50.662	73.686	70.003	70.032
Federación de Rusia	54.350	61.320	62.882	62.301
China	29.774	38.948	33.696	48.943
Estonia	45.665	56.308	48.379	45.829
Japón	44.530	52.169	51.059	40.976
Suiza	41.973	42.129	40.217	40.925
Indonesia	24.831	19.100	23.943	30.766
México	15.661	18.922	13.590	22.953
Ucrania	14.143	17.493	18.092	20.804
Brasil	47.609	32.516	54.886	17.003
Tailandia	21.074	19.387	21.206	16.767
Austria	12.308	13.162	9.397	13.864
India	10.270	20.211	26.618	13.828
Fuente: Trade Map 2013 Elaborado por: el autor				

De acuerdo a la tabla aunque Suiza ocupa el puesto número diez y siete a nivel mundial de importación de cacao en grano, se identifica que el crecimiento representa un 14% aspecto que beneficia al proyecto debido a que su consumo es permanente.

3.8.2.4.4.2 Importaciones de cacao en grano realizadas por Suiza.

En la siguiente tabla se presenta las importaciones de cacao en grano realizadas por Suiza con el resto del mundo, en las cuales Ecuador ocupa el segundo lugar, es decir que es uno de los principales proveedores de cacao en grano hacia el mercado suizo, lo cual es un dato relevante en esta investigación.

Tabla No 24 Principales países proveedores de cacao en grano a Suiza grano en Toneladas				
	2010	2011	2012	2013
Ghana	25.937	26.574	22.959	19.965
Ecuador	9.720	9.212	9.548	10.891
Côte d'Ivoire (Costa de Marfil)	1.727	2.028	4.171	6.334
Madagascar	1.225	1.119	258	2.070
Perú	425	633	350	427
Venezuela	484	563	658	409
Jamaica	220	199	146	210
Bélgica	388	309	161	175
Países Bajos (Holanda)	981	949	141	72
Colombia	38	86	286	69
Togo			12	69
Fuente: Trade Map 2013 Elaborado por: el autor				

Se puede identificar que el principal proveedor de cacao en grano es Ghana pero se puede identificar que en el año 2012 las importaciones provenientes de este país han disminuido en un 14% lo que prevé una disminución en los próximos años.

Como dato a mencionar se puede señalar que las importaciones realizadas por Suiza con relación al Ecuador, han crecido durante todos los años a pesar de que en el año 2010, los valores importados fueron mínimos en comparación a los años anteriores y también a los siguientes, además Ecuador es el segundo proveedor de cacao en grano en Suiza gracias a la calidad del cacao ecuatoriano el cual es perfecto para la elaboración de chocolates de alta gama.

3.8.2.4.4.3 Importaciones de cacao en grano realizadas por Ecuador.

El Ecuador por ser uno de las mayores productores de cacao fino y de aroma no importa este producto, cabe señalar que el 2013 fue un período de crecimiento ya que en el 2012 ya se habían vendido unas 180 000 toneladas métricas (Tn), lo que representó casi USD 600 millones, la cifra aumentó a cerca de 200 000 Tn en el 2013, es importante mencionar que el Ecuador es el sexto mayor productor de cacao en el mundo, como dato interesante se puede señalar que el Ecuador en el

año 2010 importó 3 Tn provenientes del Perú lo que no representa gran variación en el comportamiento del sector, esto se representa en la siguiente tabla:

Tabla No 25 Principales países proveedores de cacao en grano a Ecuador					
	2008	2009	2010	2011	2012
Perú	0	3	0	0	0
Estados Unidos de América	0	0	0	0	0
Fuente: Trade Map 2012 Elaborado por: el autor					

3.8.2.4.5 Precio referencial internacional.

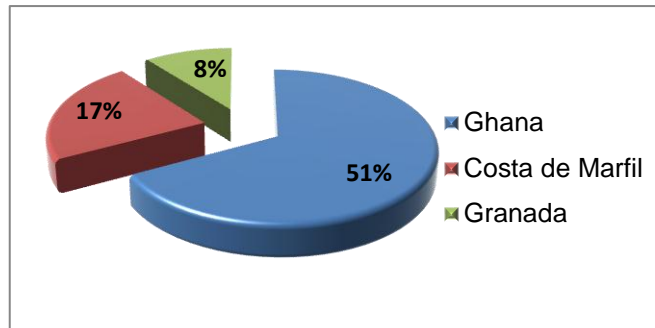
El precio referencial en el mercado suizo se basa en lo establecido en el artículo "Precios de exportación de cacao y café en Ecuador" PROECUADOR (2013) "El Ministerio de Industria publicó la lista de los precios mínimos referenciales FOB (free on board) para sacos de 100 libras (45,36 kilos) del cacao (...), vigentes la semana del 8 al 14 de abril del 2013 (parr. 1)

Tabla No 26 Precios referenciales cacao en grano FOB Año 2013	
Calidad/Presentación	US\$/45.36 kg
CACAO CCN 51	142.58
CACAO ASE	144.58
CACAO ASS	162,55
CACAO ASSS	164,23
CACAO ASSPS	190,97
Fuente: PROECUADOR 2013 Elaborado por: el autor	

3.8.2.4.6 Competencia internacional.

Mediante el análisis de los datos obtenidos de Trade Map (2013), se establece que los principales países que exportan el cacao en grano y por ende la competencia internacional del cacao ecuatoriano son; Costa de Marfil, Ghana y Madagascar que se encuentran representados por el siguiente porcentaje de participación:

Gráfico No. 5 Competencia internacional



Fuente: Trade Map 2013
Elaborado por: el autor

Ghana.

Se puede identificar que este país, ocupa el porcentaje de mayor participación con el 51% en las importaciones suizas, de cacao en grano, este es el segundo país productor de cacao en grano de África, con una producción estimada de 410.000 toneladas entre los años 1998-2000 a 490.000 toneladas en el año 2010 y una tasa de crecimiento anual de 1,6 %

Costa de Marfil.

Este país ocupa el segundo lugar dentro de las importaciones de cacao en grano de Suiza representando el 17%, además de ser el mayor productor de cacao, con el 41.6% del total de la producción mundial.

Granada.

A pesar de que este país no tiene gran representación dentro de las importaciones de cacao en grano en Suiza es importante su análisis, dado que es uno de los países con mayor índice de crecimiento representado con más del 100%, entre los valores importados por Suiza en los años 2011-2012

3.8.2.5.6.1 Análisis de la competencia internacional.

Cabe mencionar que los valores no suman el 100% ya que el 24% restante está representado por el Ecuador y solamente se realizó el análisis de la competencia

internacional, es así que a pesar de que existen países con gran producción de cacao en grano en el mundo, la principal competencia es Ghana, ya que Ecuador ocupa el segundo lugar dentro de las importaciones de cacao en grano realizadas por Suiza, además de que Costa de Marfil y Madagascar son potenciales competidores dentro del sector cacaotero, Costa de Marfil por ocupar el primer lugar en producción de cacao y Madagascar por ser un país que en los últimos años ha crecido significativamente y finalmente un punto importante a señalar es que el Ecuador compite con calidad y no con cantidad, esta es la base fundamental por la cual se prefiere al cacao ecuatoriano en todo el mundo.

3.8.3 ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR.

La República de Ecuador es un país que en los últimos años ha sufrido grandes cambios tanto en los ámbitos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, es por esta razón que se realiza un análisis PEST, dicho análisis identifica los factores del entorno general que van afectar el estudio de mercado.

Tabla No 27 Ficha técnica de Ecuador	
Población	15.439.429 (Julio 2013 est.)
Crecimiento poblacional	1,4% (2013 est)
Capital	Quito
Principales ciudades	Guayaquil Quito Cuenca Santo Domingo Ambato Portoviejo Machala Duran Manta Riobamba Loja Esmeraldas Ibarra Quevedo Milagro Babahoyo Santa Elena Chone Daule Lago Agrio
PIB	USD 149.5 mil millones (2012 est)
Crecimiento PIB	5,1% (2012 est)
PIB per cápita	USD 10200 dólares (2012 est)
Composición del PIB por sector	Productos Primarios: 22% (2011 est.)
	Servicios no financieros: 39% (2011 est.)
	Industria: 16% (2011 est.)
	Construcción: 11% (2011 est.)
	Servicios Públicos: 6% (2011 est.)
	Intermediación financiera: 6% (2011 est.)
Moneda oficial	Dólar (CHF)
Tasa de cambio	US dólar (2011) por 0.89 Francos Suizos (CHF)
Tasa de Inflación anual	5,1% (2012 est)
Inversión	7,639, 961 (Julio 2011 est.)
Stock de dinero	7801 millones Usd (31 de diciembre 2012 est)
Reservas de moneda internacional y oro	USD 2.483 mil millones (31 de diciembre 2012 est)
Fuente: CIA, World Factbook, Elaboración: PRO ECUADOR, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (vg)	

Al realizar el análisis de los principales indicadores económicos de Ecuador se identifica, que su población crece en un 1.4%, anual además de que el Pib per cápita es de 10.200 usd, el Pib total se divide en los sectores de productos primarios, servicios no financieros, industria, construcción, servicios públicos e intermediación financiera representados por el 22%, 39%, 16%, 11%, 6% y 6% respectivamente y el indicador de mayor representación es la tasa de inflación la cual crece en un 5.1%

3.8.3.1 Factores Político y legal.

Ecuador luego de la dolarización que entro en vigencia desde el año 2000, no ha tenido una estabilidad política, en la actualidad la situación política del Ecuador presenta una serie de amenazas para el sector empresarial; ya sea por la inestabilidad política interna, como por las relaciones internacionales.

“Se revela que el nivel de credibilidad y popularidad del presidente de la república en sus años de administración, ha disminuido notablemente; debido al alto grado de conflictos internos entre la sociedad civil y el gobierno, siendo sus principales causas; la falta de empleo, incremento de la inseguridad y delincuencia, la crisis económica, despilfarro del presupuesto del estado, dependencia del Gobierno de Venezuela, entre otros” (Encuesta MARKET, 2010)

El régimen político actual presenta como puntos positivos la administración de la salud, educación y viabilidad, estos parámetros resultan importantes pues representan una oportunidad de desarrollo para el sector productivo del país, para así reactivar la economía y brindar un mejor estilo de vida a la población ecuatoriana. (Gonzales, B, 2011)

Estas medidas ayudarán a impulsar el crecimiento en el sector productivo

de los sectores más marginados, a través de la ayuda que brinda el gobierno mediante las prefecturas y las alcaldías. Así, con el mejoramiento del sistema constitucional y legislativo (Asamblea Nacional), eficiencia en trámites estatales, reducción de burocracia dorada y factores como apoyo al sector agrícola mediante, los acuerdos de Comercio para el Desarrollo los cuales se encaminan al interés primordial del comercio con la Unión Europea (UE).

La política comercial del Ecuador según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR] (2013), “procura una inserción inteligente en la economía mundial. Para este fin se han definido importantes ejes de acción como la diversificación de mercados; diversificación de productos; la complementariedad económica, la reducción de asimetrías y el desarrollo endógeno” (p. 14).

3.8.3.1.1 Acuerdos comerciales en los que el Ecuador participa.

- 1.- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- 2.- Comunidad Andina (CAN)
- 3.- Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGP-PLUS)

Mediantes los acuerdos comerciales el Ecuador intenta mejorar su integración económica, frente a otros países, además de impulsar el desarrollo en la comercialización de nuevos productos, los cuales se benefician de la liberación de tributos al comercio exterior beneficiando a pequeñas y medianas organizaciones

3.8.3.2 Factores Socio, Económicos Ecuador.

3.8.3.2.1 Económico.

Tabla No 28 Indicadores Básicos	
Indicador	Ecuador
Capital	Quito
Población	14.483.499 habitantes
Tasa de crecimiento poblacional	1.95%
Producto interno bruto (Pib)	78.189 (millones de usd)
Pib per cápita	5428 USD
Crecimiento del Pib	4.20%
Nivel de desempleo	4.12 %
Inflación	4.27%
Fuente: Banco Central del Ecuador/ INEC 2012	
Elaborado por: el autor	

Según informó la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2012), “el Ecuador ocupó el tercer puesto en crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) real entre los países de América Latina y el Caribe, en 2012” (parr. 1).

Ecuador creció 8% con respecto a 2010 y se encuentra por encima del crecimiento de países más grandes de la región como Chile (6,3%), Colombia (5,5%) o Brasil (2,9%). Las cifras que revelan el crecimiento económico son por ejemplo la reducción en 5 puntos de la pobreza, 4 puntos en los niveles de desigualdad, la disminución de la tasa de desempleo al 5,5%, el incremento en 20 puntos de la cobertura de la seguridad social y la eliminación de la tercerización laboral. Asimismo, en los centros urbanos del Ecuador hay 4,4 millones de personas “económicamente activas”, lo que significa que en las ciudades del Ecuador el 49,9% goza de un trabajo fijo. La tasa de desempleo urbano es 5,06%, que mejoró a la del 2010 de 6,11%. La subocupación ocupa un 44,2%, cifra menor que en 2010 que fue 47,13%. Mientras, la ocupación plena del 49,9% es mayor a la de 2010 de 45,6%. (Senplades, 2012, parr. 2-5)

3.8.4. ANÁLISIS MERCADO PRODUCTO GUAYAS-ECUADOR.

3.8.4.1 Factores Socio Económicos de la Federación nacional de productores de cacao del Ecuador (FEDECADE)

Al investigar sobre esta asociación FEDECADE, según su website, se identifica que:

La Federación Nacional de Cacaoteros del Ecuador, domiciliada en la ciudad de Guayaquil, constituida oficialmente en 1981, con la finalidad de producir y exportar cacao fino de aroma a mercados internacionales como Alemania, Estados Unidos e Italia. (parr. 1)

Actualmente se encuentran certificadas con el sello Rainforest Alliance (RA), lo cual posibilita la comercialización asociativa de cacao certificado RA, a los mercados externos. (parr. 2)


Esta organización cuenta con 500 socios activos, 300 socios pasivos y más de 600 socios comerciales. Específicamente está conformada por 13 organizaciones de primer grado ubicadas en las provincias de Guayas, El Oro, Azuay y Esmeraldas (parr. 2)

A continuación se identificará las asociaciones que conforman a “FEDECADE”.

Tabla No 29 Información FEDECADE	
SOCIOS DE FEDECADE	DIRECCIÓN DE LA EMPRESA: ➤ Provincia: Guayas ➤ Cantón: El Naranjal ➤ Calle: Cdl. Las Mercedes o Cruce Jesús María
1. Rosalino Ortega	
2. Asociación Floriselva	
3. Asociación 3 de Octubre	
4. Asociación Camacho	
5. Asociación Luz y Esperanza	
6. Asociación La Florida	
7. Asociación ATAID	
8. Asociación Nueva Unión Campesina	
9. Asociación 12 de Octubre	
10. Asociación Río Blanco	
11. Pre - Asociación 11 de Agosto	
12. Asociación Frutas Tropicales el TRIUNFO	
13. APROCANE	
Fuente: FEDECADE Elaborado por: el autor	

3.8.4.2 Características de producto.

Las características del cacao que produce la Federación nacional de productores de cacao del Ecuador (FEDECADE) son las siguientes:

Tabla No 30 Ficha técnica del producto cacao ASS		
Subpartida arancelaria	1801.0000	
Descripción de la subpartida	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	
Nombre del producto	Cacao en grano	
Unidad de medida	Kilo (Kg)	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: este tipo de cacao posee una cáscara fina, suave y es muy aromático, es un fruto producto de la fermentación y el secado de las semillas (o habas o maracas) del fruto del árbol del cacao, reconocido como de gran calidad, de escaso contenido en tanino, reservado para la fabricación de los chocolates más finos		
Composición nutricional	manteca de cacao	54%
	Proteínas	11.5%
	Celulosa	9%
	almidón y pentosanos	7.5%
	Taninos	6%
	Agua	5%
	olioelementos y sales	2.6%
Presentación comercial	Sacos de yute de 45.36 kg	
Requisitos mínimos y normatividad	Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176 (humedad 8% 1 % de granos partidos)	
Fuente: Ficha técnica cacao ASS 2013 Elaborado por: el autor		

3.8.4.3 Normas y requisitos de calidad.

Según lo señalado por el Instituto Ecuatoriano de Normalización NTE INEN 176, (2010) en su artículo CACAO EN GRANO, REQUISITOS; se puede identificar que las normas de calidad y requisitos técnicos de envasado y etiquetado son los siguientes:

3.8.4.3.1 Calidad.

El cacao beneficiado debe cumplir con los requisitos que a continuación se describen y los que se establecen en la tabla 1. (p. 2)

- El porcentaje máximo de humedad del cacao beneficiado será de 7,0% (cero relativo), el que será determinado o ensayado de acuerdo a lo establecido en la NTE INEN 173. (p. 2)
- El cacao beneficiado no debe estar infestado. (p. 2)
- Dentro del porcentaje de defectuosos el cacao beneficiado no debe exceder del 1% de granos partidos. (p. 2)
- El cacao beneficiado debe estar libre de: olores a moho, humo, ácido butírico (podrido), o cualquier otro que pueda considerarse objetable. (p. 2)
- El cacao beneficiado, hasta tanto se elaboren las regulaciones ecuatorianas correspondientes debe
- sujetarse a las normas establecidas por la FAO/OMS, en cuanto tiene que ver con los límites recomendados de aflatoxinas, plaguicidas y metales pesados. (p. 2)
- El cacao beneficiado debe estar libre de impurezas y materias extrañas. (p. 2)

Tabla No 31 Requisitos de calidad del cacao en grano beneficiado

REQUISITOS	UNIDAD	ARRIBA					CCN51
		A.S.S.P.S	A.S.S.S	A.S.S	A.S.N.	A.S.E.	
Cien granos pesan	g	135-140	130-135	120-125	110-115	105-110	135-140
Buena fermentación (mín.)	%	75	65	60	44	26	***65
Ligera fermentación* (mín.)	%	10	10	5	10	27	11
Violeta (máx.)	%	10	15	21	25	25	18
Pizarroso (pastoso) (máx)	%	4	9	12	18	18	5
Moho (máx.)	%	1	1	2	3	4	1
TOTALES (análisis sobre 100 pepas)	%	100	100	100	100	100	100
Defectuosos (análisis sobre 500 gramos) (máx).	%	0	0	1	3	**4	1
TOTAL FERMENTADO (mín.)	%	85	75	65	54	53	76
A.S.S.P.S	Arriba Superior Summer Plantación selecta						
A.S.S.S	Arriba Superior Summer Selecto						
A.S.S.	Arriba Superior Selecto						
A.S.N.	Arriba Superior Navidad						
A.S.E.	Arriba superior Época						
* Coloración marrón violeta							
** Se permite la presencia de granza solamente para el tipo A.S.E.							
*** La coloración varía de marrón a violeta							

Fuente: INEN
Elaborado por: el autor

3.8.4.3.2 Envasado.

El cacao beneficiado debe comercializarse en envases que aseguren la protección del producto contra la acción de agentes externos, que puedan alterar sus características químicas o físicas y resistir las condiciones de manejo, transporte y almacenamiento, generalmente el envase aplicado en el mercado nacional e internacional, son sacos de yute de 45.36 Kg

3.8.4.3.3 Etiquetado.

El etiquetado de los envases destinados a contener cacao beneficiado, debe contener al menos la siguiente información:

- Nombre del producto y tipo.
- Identificación del lote.
- Razón social de la empresa y logotipo.

- Contenido neto y contenido bruto en unidades del Sistema Internacional de Unidades, SI.
- País de origen.
- Puerto de destino.

3.8.4.4 Precio referencial.

Según datos de PROECUADOR (2013) "Históricamente, desde 1959 hasta 2013, este producto promedió 1,554.8 USD/ MT, alcanzando un máximo histórico de 5368,0 USD/ t en julio de 1977 y un récord bajo de 211,0 USD / t en julio de 1965. El siguiente gráfico muestra los precios del cacao entre los años 2008 y 2012. De acuerdo a la Organización Mundial del Cacao-ICCO, se muestra en la tabla, los precios promedio anuales hasta el año 2010 de cacao en grano". (p. 18)

Tabla No 32 Precio promedio de cacao en grano por años	
USD por Tonelada Métrica	
Año	Precio
2006	1,590.72
2007	1,952.19
2008	2,580.77
2009	2,888.74
2010	3,132.99
Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO	
Elaborado por: el autor	

De acuerdo a la Organización Mundial del Cacao-ICCO, se muestra en la tabla, los precios promedio mensuales de cacao en grano del presente año. (p. 18)

Tabla No 33 Precio promedio mensual de cacao en grano	
Año 2013	
USD por Tonelada Métrica	
Mes	Precio
Febrero	\$2,197.70
Marzo	\$2,153.36
Abril	\$2,294.49
Mayo	\$2,345.73
Junio	\$2,283.58
Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO	
Elaborado por: el autor	

Por otra parte, en la siguiente tabla, se presentan los precios promedio de cacao en grano y semi-elaborados por tipo. (p. 19)

Tabla No 34 Precios referenciales cacao en grano Año 2013	
Calidad/Presentación	US\$/45.36 kg
CACAO CCN 51	96.27
CACAO ASE	96.27
CACAO ASS	102,53
CACAO ASSS	105,41
CACAO ASSPS	110,71
Fuente: Organización Mundial del Cacao, ICCO	
Elaborado por: el autor	

CCN51: es una variedad (clon) creada en el Ecuador que significa “Colección Castro Naranja”

A.S.E.: Arriba Superior Época

A.S.S.: Arriba Superior Selecto

A.S.S.S: Arriba superior Summer Selecto

A.S.S.P.S: Arriba Superior Summer Plantación selecta.

3.8.4.5 Competencia de FEDECADE

Al analizar la competencia se puede identificar que las principales empresas exportadoras de cacao en grano ecuatoriano son:

- Nestlé Ecuador
- Colonial Cocoa del Ecuador S. A.
- Fund. Maquita Cushunchic
- Casa Luker del Ecuador
- Inmobiliaria Guangala
- Acmansa C. A.
- Cofina S.A.
- Eximore Cía.
- Agro
- Hnos. S. A.

- Infelersa S. A.

Estas empresas tienen una participación del 61.75%, en el total de exportaciones hacia el mundo. Mientras que el valor restante del 38.25%, está representado por otras empresas de menor índice de participación.

Cabe señalar que la empresa que ocupa mayor participación es Nestlé Ecuador, pero esta empresa únicamente se dedica a exportar cacao hacia su matriz que está ubicada en Suiza.

Además las otras empresas son sucursales, de empresas originarias de países como Holanda, Alemania y otros mercados tradicionales, así que no representan gran amenaza para la comercialización de cacao en grano, que realizará FEDECADE hacia Suiza.

3.8.4.6 Oferta de FEDECADE.

Esta empresa ubicada en la provincia del Guayas presenta la siguiente producción tanto para el mercado interno para el cual destina el 10% de su producción, como también para el externo incluyendo a países como Alemania, Estados Unidos y Holanda, a los cuales destina el 90% de su producción.

Tabla No 35 Producción FEDECADE			
Año	Total	Mercado interno	Mercado externo
	Tonelada métrica	Tonelada métrica	Tonelada métrica
2009	684	68	616
2010	854	85	769
2011	1068	107	961
2012	1154	115	1039
2013	1296	130	1167
Fuente: FEDECADE 2013			
Elaborado por: el autor			

3.8.5 FODA

Tabla No 36 Matriz FODA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERIOR	Alta calidad “Cacao Nacional-Arriba” certificada (orgánica, comercio justo, Rainforest Alliance)	Limitada productividad individual de los cultivos tradicionales del Ecuador. n
	Sabor y aroma especial único en el mundo	Limitación de comercialización de cacao hacia únicamente mercados tradicionales
	Cultivos asociados lo que aumenta la producción.	Escasa capacitación sobre procesos de comercialización
	Centros de acopio en proceso de mejoramiento permanente	No hay acceso a créditos
	Promoción del producto con apoyo de diferentes organizaciones como ANECACAO	Falta conocimiento de mercados y sus demandas de futuro
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERIOR	Reconocimiento a nivel mundial del Cacao fino de aroma del Ecuador como el mejor del mundo.	Globalización del producto y pérdida de imagen del cacao ecuatoriano por mezclas
	Tendencias al consumo de productos de calidad y de comercio justo principalmente en el mercado suizo	Bajo conocimiento del país a nivel internacional, principalmente Europa.
	Preferencias arancelarias en el mercado de Suiza.	Grandes distancias a los mercados europeos
	Apoyo de autoridades gubernamentales del Ecuador que impulsan los proyectos específicamente para este producto.	Competencia en auge tanto por parte del continente africano y el americano
	Demanda creciente para cacao especialmente para el fino y de aroma (+ 200.000 Tn)	Satisfacer la demanda de los clientes
	POSITIVAS	NEGATIVAS
Fuente: Programa Nacional de Biocomercio Sostenible-Ecuador Elaborado por: el autor		

3.8.5.1 Análisis FODA

Al analizar las características del cacao fino y de aroma a través de la información recolectada, se puede determinar que el cacao fino y de aroma producido en el Ecuador es de alta calidad, aroma y sabor especial que lo diferencian de otros del mundo, sin embargo el sector cacaotero del Ecuador tiene ciertas limitaciones o debilidades, de manera directa o indirecta que afectan a la competitividad del cacao ecuatoriano, por ejemplo las grandes distancias hacia los mercados europeos, problemas con las mezclas o híbridos de distintos tipo de cacao, además del constante desconocimiento de otros mercados alternativos, lo que ha generado un descenso en la comercialización hacia Europa y también de la producción de cacao en el Ecuador.

La limitada capacitación y la falta de tecnología apropiadas para un rendimiento óptimo del sector, generan que el cultivo del cacao ecuatoriano sea medianamente competitivo frente a otros cultivos de otros países, ya desarrollados, pese a estos limitantes el cultivo del cacao se ha convertido en un generador de altos ingresos para los productores y comercializadores, además de esto el cacao ecuatoriano posee una amplia ventaja en calidad frente a otros países que lo superan en producción, pero que se ven limitados en la calidad de su cacao.

Finalmente es importante analizar que las grandes distancias existentes entre Ecuador y los mercados europeos, han permitido el posicionamiento del cacao de países principalmente africanos y aunque esto es considerado como una amenaza, los mercados europeos prefieren el cacao ecuatoriano, gracias a su reconocimiento a nivel internacional, como cacao de alta calidad, además de que los mercados europeos brindan preferencias arancelarias al cacao ecuatoriano lo que es de gran relevancia positiva para la comercialización.

3.8.6 PROYECCIONES DEL ESTUDIO.

Para la realización de las proyecciones se estableció el mercado objetivo para el cacao en grano ecuatoriano y este se encuentra definido, ya que se pretende llegar a las 4 principales chocolateras de Suiza específicamente en la ciudad de Zúrich, además se identificó y proyectó la oferta de FEDECADE y así se determinó el porcentaje de cobertura del proyecto.

Para el cálculo de las proyecciones necesarias se utilizó el método de los mínimos cuadrados.

3.8.6.1 DEMANDA EFECTIVA.

3.8.6.1.1 Análisis de la demanda Suiza.

La estimación de la demanda en Suiza es un indicador que se lo obtiene a través del análisis de la demanda del mercado objetivo, que son las principales chocolateras de Suiza específicamente en la ciudad de Zúrich, las cuales son:

3.8.6.1.1.1 Demanda empresa Barry Callebaut Sourcing Ag.

La demanda para esta empresa se obtuvo de la página web de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador (ANECACAO), la cual es una asociación sin fines de lucro con personería jurídica, la cual vela por el bienestar y el desarrollo del sector productor y exportador de cacao del país además la información es sumamente confiable por lo que agrupa; Estadísticas por; calidades de granos de cacao exportados (norma Inen 176), tipos de semi-elaborados de cacao, países y puertos de destino, exportadores ecuatorianos, importadores en el exterior, acumulados anuales, toneladas métricas y USD FOB. (ANECACAO, 2013)

El consumo histórico de la empresa Barry Callebaut Sourcing Ag desde los años 2007-2011, se identifica en la siguiente tabla:

Tabla No 37 Demanda Barry Callebaut Sourcing Ag Tn					
	2007	2008	2009	2010	2011
Enero	150	150	475		550
Febrero	350	275	526	100	550
Marzo	50	150	100	250	425
Abril	50	300	200	50	325
Mayo	0	250	300	175	525
Junio	0	0	100	300	875
Julio	0	0	50	300	600
Agosto	25	0	400	50	100
Septiembre	25	0	600	0	50
Octubre	0	200	425	0	400
Noviembre	0	350	726	0	400
Diciembre	100	751	751	0	400
Total	751	2427	4654	1226	5203
Fuente: ANECACAO 2013 Elaborado por: el autor					

En la tabla anterior se puede identificar que la demanda de cacao en grano en esta chocolatera suiza, aumenta en los tres primeros años luego disminuye en el cuarto y vuelve aumentar en el quinto año.

3.8.6.1.1.2 Demanda proyectada.

Para el cálculo de la proyección se utilizó el método de los mínimos cuadrados.
(Ver ANEXO No. 1)

Tabla No 38 Demanda cacao en grano proyectada	
Año	Demanda Tn
2012	10418
2013	12369
2014	14321
2015	16273
2016	18225
2017	20176
2018	22128
Fuente: ANECACAO 2013/Investigación Elaborado por: el autor	

La demanda proyectada muestra que esta chocolatera aumenta su demanda para los siguientes años lo que resulta un factor determinante en esta investigación.

3.8.6.1.1.3 Demanda empresas Hermes Süsstoff Ag, Confiserie Sprungli Ag y Confiserie Honold Ag.

Según lo mencionado por Sabando J (2012). "En Suiza existen más de 30 Fábricas que demandan mensualmente un promedio de 843 Tn de cacao en grano y estas crecen en un 2.3% anual, para lo cual se abastecen de la importación desde países productores." (p. 63)

Es así que se obtiene la demanda proyectada en Tn por año para las 3 empresas, para calcular la proyección se tomó como base el consumo mensual de cada empresa, multiplicándola por la tasa de crecimiento promedio anual de 2.3% y luego por los 12 meses del año, para finalmente multiplicar este valor por el número de empresas (3)

Tabla No 39 Demanda proyectada Tn cacao en grano			
Año	Tn mensual	Tn anual	Tn Total 3 Empresas
2009	843	10349	31046
2010	843	10587	31760
2011	843	10830	32491
2012	843	11079	33238
Proyección			
2013	843	11334	34002
2014	843	11595	34784
2015	843	11861	35584
2016	843	12134	36403
2017	843	12413	37240
2018	843	12699	38097
Fuente: Sabando J/Investigación			
Elaborado por: el autor			

3.8.6.1.1.4 Demanda de las 4 empresas chocolateras.

Para la determinación se ha realizado la suma de las 4 empresas, esto se ha determinado con el total de la demanda de la empresa Barry Callebaut Sourcing

Ag y de la demanda de las empresas Hermes Süsstoff Ag y Confiserie Sprungli Ag, es así que se determinó la demanda total de las 4 empresas, la cual se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No 40 Demanda Total Tn			
Año	Empresa Barry Callebaut Sourcing Ag	Empresas Hermes Süsstoff Ag, Confiserie Sprungli Ag Y Confiserie Honold Ag	Total
2009	4654	31046	35700
2010	6514	31760	38274
2011	8466	32491	40957
2012	10418	33238	43656
Proyección			
2013	12369	34002	46372
2014	14321	34784	49106
2015	16273	35584	51857
2016	18225	36403	54628
2017	20176	37240	57416
2018	22128	38097	60225
Fuente: Sabando J/Investigación			
Elaborado por: el autor			

3.8.6.1.1.5 Estimación de la demanda Insatisfecha.

Es así que se toma el total de la demanda en las 4 chocolateras debido a que no se tomará en cuenta la producción, exportaciones e importaciones para el cálculo de la demanda insatisfecha, dado que se obtuvieron datos concretos sobre el mercado objeto de análisis.

Tabla No 41 Demanda insatisfecha	
Año	Demanda Tn.
2013	46372
2014	49106
2015	51857
2016	54628
2017	57416
2018	60225
Fuente: Sabando J/Investigación	
Elaborado por: el autor	

3.8.6.2 Oferta de FEDECADE.

La oferta se ha determinado en base a la producción de cacao, con la que FEDECADE estaría dispuesta a destinar para el mercado suizo, que es del 10% específicamente para las chocolateras, dado que en años anteriores FEDECADE comercializaba cacao en grano hacia Suiza pero debido a la crisis económica del 2009 FEDECADE dejó de comercializar cacao hacia este mercado.

“Desde el año 2002 el cacao comercializado por FEDECADE ingresó a muchos mercados exigentes de países como (...) Suiza en porcentajes aproximados de 10% del total de su producción” (FEDECADE, 2014, parr 6)

“Es del conocimiento universal de la crisis económica global que se dio a partir del año 2009, y que hasta la presente castiga a las exportaciones de cacao en grano” (FEDECADE, 2014, parr 12)

Es así que se ha identificado a las empresas mercado objetivo y quienes requieren de cacao fino y de aroma, la producción y proyecciones se muestra en la siguiente tabla:

Tabla No 42 Producción y proyecciones FEDECADE				
Año	Total	Mercado interno (10%)	Mercado externo (80%)	Mercado Suiza (10%)
	Tonelada métrica	Tonelada métrica	Tonelada métrica	Tonelada métrica
2009	684	68	547	68
2010	854	85	683	85
2011	1068	107	854	107
2012	1154	115	923	115
2013	1296	130	1037	130
Proyección				
2014	1439	144	1151	144
2015	1581	158	1265	158
2016	1723	172	1378	172
2017	1865	187	1492	187
2018	2007	201	1606	201

Fuente: FEDECADE 2013/Investigación
Elaborado por: el autor

Se puede identificar que la producción destinada para el mercado de Suiza aumenta para los siguientes años lo cual favorece las condiciones de cobertura del proyecto.

3.8.6.3 Cobertura Demanda Insatisfecha.

Para el porcentaje de cobertura que tiene el presente proyecto, se ha tomado en cuenta la totalidad de la demanda insatisfecha y se aplicó una simple regla de tres.

Tabla No 43 Cobertura demanda insatisfecha			
Demanda Insatisfecha		Producción	
		Guayas	
Año	Cacao en grano Tn.	Proyecto Tn.	% Cobertura Demanda Insatisfecha
2013	46372	130	0.28%
2014	49106	144	0.29%
2015	51857	158	0.30%
2016	54628	172	0.32%
2017	57416	187	0.32%
2018	60225	201	0.33%

Fuente: ANECACAO, FEDECADE/Investigación
Elaborado por: el autor

3.8.7 IDEA A DEFENDER.

El estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano desde la provincia del Guayas-Ecuador contribuirá a satisfacer parte de la demanda en el mercado de Zúrich-Suiza

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 CONCLUSIONES.

A continuación se describen las principales conclusiones obtenidas del estudio de mercado:

En Suiza se identifica que el incremento en el sector objeto de estudio, las empresas chocolateras, presentan un índice de crecimiento del 2.3% anual, favorable para el proyecto, dado que existe un incremento del sector demandante de cacao en grano

El aspecto político de Suiza es favorable, debido al acuerdo de liberalización SGP-PLUS sobre preferencias arancelarias con el Ecuador, aspecto positivo para el proyecto ya que se beneficia de la exoneración total de los tributos para el cacao en grano.

La economía de Suiza es una de las más sólidas del mercado mundial, brinda seguridad y confianza para realizar negocios, además de tener uno de los riesgo país más bajo de toda Europa, por ende se puede preparar este proyecto para su ejecución en condiciones adecuadas para el sector cacaotero.

Los servicios aéreos suizos poseen instalaciones adecuadas para la recepción de carga, cuentan con un servicio aduanero eficiente en tiempos y coordinación y también poseen equipos para la movilización de todo tipo de carga, así como infraestructura para el almacenamiento óptimo de cualquier tipo de carga.

El porcentaje de producción de cacao en grano ecuatoriano, destinado para el mercado de Suiza no es suficiente para satisfacer la demanda del sector chocolatero del país de destino, por lo que Suiza debe importar este producto desde países africanos, países con los cuales el Ecuador tiene una ventaja de gran importancia dada por la calidad.

Suiza con el 11.9 kg h/año de consumo per cápita, es uno de los países que considerados líderes en cuanto al consumo de cacao en grano a nivel mundial;

además Suiza no produce cacao en grano por lo tanto el mas del 90% del cacao en el mercado es de importación, es así que este producto tiene amplias oportunidades comerciales en el mercado meta.

El cacao en grano es uno de los productos que deben ser profundizados en el mercado suizo ya que el Ecuador está en capacidad de ofertar e incrementar los volúmenes exportados de este producto, por lo que se ha determinado que en Suiza existe la oportunidad de que las exportaciones sigan creciendo y esto representa un aspecto ventajoso para el Ecuador debido a los ingresos económicos que se generarían.

El porcentaje de cobertura del proyecto es del 0.28% en el año 2013 lo que marca un mercado amplio para realizar la comercialización de cacao en grano hacia Suiza, además la demanda internacional aumentará en los siguientes años, de manera significativa, por lo que a pesar de que la oferta del mercado nacional, el porcentaje de cobertura para futuros años se encuentra por debajo del 1%, lo que es favorable para el proyecto.

4.2 RECOMENDACIONES.

En base de las conclusiones planteadas se puede proponer las siguientes recomendaciones, que deben ser consideradas para que su aplicación en el proyecto brinde los resultados esperados:

Los productores de cacao en grano en la provincia del Guayas deben destinar una mayor cantidad de cacao en grano para el mercado suizo, debido a sus condiciones favorables de acceso y enfocarse a menor escala en mercados tradicionales, que ya se encuentran casi saturados y en los cuales la competencia está ya establecida.

Aprovechar el potencial creciente en el sector objeto de estudio en Suiza, el cual demanda productos nutritivos como el cacao en grano, básico en la fabricación de chocolates de la mejor calidad, para ello se debe difundir sus propiedades nutricionales, reconocidas en el mercado internacional.

Con la finalidad de dar a conocer los aspectos de mayor relevancia del producto y contactarse con los clientes para futuras negociaciones, es necesario crear una página web en la cual se detallen los aspectos más relevantes dentro del sector cacaotero, esta información debe actualizarse periódicamente pero además es recomendable diseñar un plan de marketing enfocado a las necesidades de la empresa.

Se debe fomentar en los productores de cacao en grano de la provincia del Guayas, la asistencia a ferias nacionales e internacionales en las que puedan promocionar sus productos a los principales compradores de todo el mundo, para de esta manera mantener contacto directo con en el entorno en el que se desarrolla esta actividad.

Aprovechar las facilidades e incentivos, que otorga el gobierno a las pequeñas y medianas empresas exportadoras de productos agrícolas, además estar al tanto de boletines y resoluciones emitidas por PROECUADOR sobre profundizaciones de productos en el mercado suizo.

5 PROPUESTA

5.1 TÍTULO.

Estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano, producido en la provincia del Guayas, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Zúrich.

5.2 JUSTIFICACIÓN.

Es necesario proponer nuevas formas de comercialización que incentiven a los productores y asociaciones de cacao, a realizar negocios comerciales en el mercado internacional de Suiza, con el objetivo de mejorar sus ingresos y de la misma forma contribuir al crecimiento de nuevas oportunidades de empleo y desarrollo económico. Mediante esta investigación se determinará la oferta exportable existente en FEDECADE, con la finalidad de conocer si ésta puede satisfacer la demanda efectiva existente en Suiza específicamente en las empresas chocolateras, para de esta manera posicionar al producto en el mercado internacional, conociendo las oportunidades que ofrece el mercado suizo para las exportaciones de cacao en grano provenientes del Ecuador.

Cabe recalcar que el cacao en grano ha incrementado su precio en los mercados internacionales, además de que se cuenta con el beneficio de las preferencias arancelarias que ofrece Suiza dado que el Ecuador se acoge a lo establecido en el acuerdo SGP-PLUS que mantiene con este país, es importante señalar que los distintos factores socioeconómicos, legales, políticos, geográficos y tecnológicos presentes en Suiza marcan una perspectiva adecuada para la comercialización del cacao en grano desde el Ecuador, de la misma manera las proyecciones realizadas en el mercado objeto de estudio son favorables, debido a que la demanda real efectiva aumenta en los siguientes años, de la misma manera la oferta exportable es favorable por tratarse de un mercado amplio en el cual se puede ingresar gracias a la calidad del cacao en grano ecuatoriano, que cuenta con gran prestigio internacional.

El establecimiento de un plan logístico de comercialización internacional de cacao en grano generará beneficios para el país, dado que se contribuirá al fomento de las exportaciones lo que es positivo para el sector cacaotero, además de que se llegará a un nuevo mercado, por tanto, se pretende posicionar al producto en el mercado internacional con la ayuda de este plan logístico, el cual facilitara las operaciones en el mercado de Suiza, constituyendo a FEDECADE como un importante proveedor de cacao en grano a nivel nacional, es por esto que se consideró realizar la presente investigación para obtener una línea base, que permita definir limitantes y potencialidades del sistema de comercialización de cacao en grano.

5.3 OBJETIVOS.

5.3.1 Objetivo General.

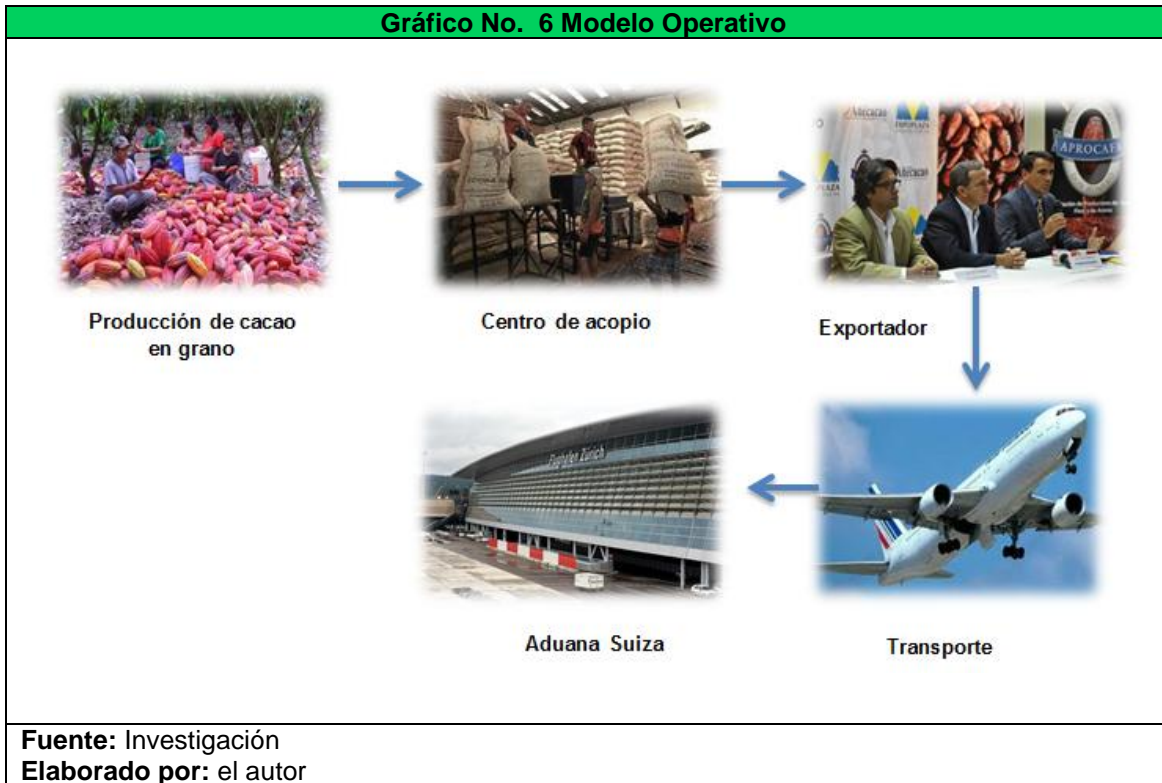
Desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización de cacao en grano, producido en la provincia del Guayas, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Zúrich.

5.3.2 Objetivos Específicos.

1. Determinar los requerimientos técnicos apropiados para la comercialización de cacao en grano, producido por FEDECADE ubicado en la provincia del Guayas, que permita atender parte de la demanda de este producto en las chocolateras en la ciudad de Zúrich en Suiza.
2. Establecer un sistema de Distribución Física Internacional que favorezca la comercialización de cacao en grano, producido por FEDECADE y que permita atender parte de la demanda de este producto en las chocolateras de la ciudad de Zúrich en Suiza.
3. Evaluar económica y financieramente la rentabilidad de comercializar cacao en grano producido por FEDECADE, hacia las chocolateras de la ciudad de Zúrich en Suiza.

5.4 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

Para el desarrollo de la propuesta se tiene una estructura operativa, que se origina desde el lugar de producción, hasta el destino final, la misma que se plantea a continuación:



Cabe señalar que el proceso de comercialización se realizará únicamente hasta la entrega del producto a un Bróker suizo, quien entregará el producto directamente a los importadores/mayoristas, debido a que en Suiza es muy frecuente encontrar que las mismas empresas chocolateras trabajan simultáneamente como importadores y mayoristas dado que esta es la cultura de negocios en este país.

5.4.1 ESTUDIO TÉCNICO.

5.4.1.1 Localización de la empresa.

Para el establecimiento del centro de acopio "COMERCADE" se ha establecido que el lugar óptimo para la realización de las actividades es la ciudad de Guayaquil sector Norte en la Parroquia Tarqui.





5.4.1.2 Tamaño y distribución de la planta.

"COMERCADE" para iniciar sus actividades debe contar con infraestructura de aproximadamente 250 m², la misma que estará adecuada de tal manera que permita la funcionalidad óptima de las áreas de la empresa, además debe poseer el espacio suficiente para la implementación del departamento de exportaciones.

5.4.1.3 Capacidad del proyecto.

Se refiere a la capacidad instalada del centro de acopio es decir la cantidad que se puede almacenar, las instalaciones del centro de acopio tendrán una capacidad para almacenar 500 quintales mensuales, cantidad suficiente para cubrir el almacenaje de la producción que pueda proveer FEDECADE en los siguientes 5 años

5.4.1.3.1 Cubicaje bodega de almacenamiento.

Tabla No 44 Calculo cubicaje Bodega		
Bodega	Pallets (10 sacos cada uno)	
		
Largo mts: 6	Largo mts: 1.20	
Alto mts: 1	Alto mts: 1	
Ancho mts: 8	Ancho mts: 10	
Estimación de espacio		
Largo	6/1.20	5
Alto	8/1	1
Ancho	1.2/0.8	10
Capacidad total de bodega (largo 5 x Alto 1 x Ancho 10)		50 pallets
Capacidad total de bodega sacos de yute =50 pallets *10		500 sacos
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

5.4.1.3.2 Capacidad de la bodega de almacenamiento.

La estimación de capacidad de carga se calcula dividiendo el largo, alto y ancho del espacio destinado de la bodega para el largo, alto y ancho de los pallets, es así que se obtiene el número de pallets para cada área de la bodega, tanto a lo largo, alto y ancho (5 pallets, 1 pallet y 10 pallets), luego se multiplica estos

valores y se obtiene el resultado de la capacidad almacenamiento, es decir el número de pallets que se puede almacenar, es 50 pallets en los cuales se apilan 10 sacos (ver Tabla No 51) de yute por pallet obteniéndose una capacidad para almacenar 500 sacos de yute en la bodega de almacenamiento.

5.4.1.4 Requerimiento de la empresa.

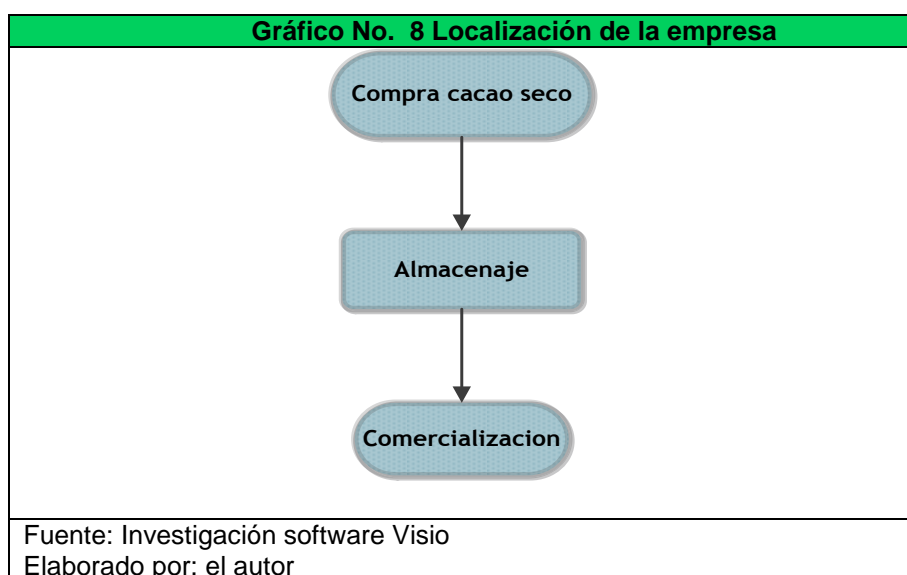
La empresa requiere de activos para el normal funcionamiento, de acuerdo a las necesidades de la comercialización, los cuales se detallan a continuación:

Tabla No 45 Activos Fijos Gastos 2013		
Concepto	Cantidad	Costo Total
Construcciones		
Diseño e Infraestructura	1	55,000
Maquinaria y Equipo		
Pallets	40	660
Balanza con capacidad de pesaje de 1000 libras	2	1,400
Tendales	2	4,000
Extractor de aire	1	1,500
Muebles y Enseres		
Archivadores	2	400
Escritorios	2	600
Muebles de oficinas	4	800
Sillones ejecutivos	2	200
Sillas de oficina	6	120
Teléfonos	2	200
Papel (resma)	10	50
Esferos (caja)	5	50
Papeleras	8	160
Carpetas (12 unidades)	10	50
Perforadoras y grapadoras	6	30
Equipo de Computo		
Computadora	2	1,600
Impresora, copiadora	2	600
	Total	67,420
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor		

Tabla No 46 Activos Diferidos	
Concepto	Total
Estudios y Diseños	1,500
Constitución de la Sociedad	2,000
Registros, Permisos y Licencias	1,500
Total	5000
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

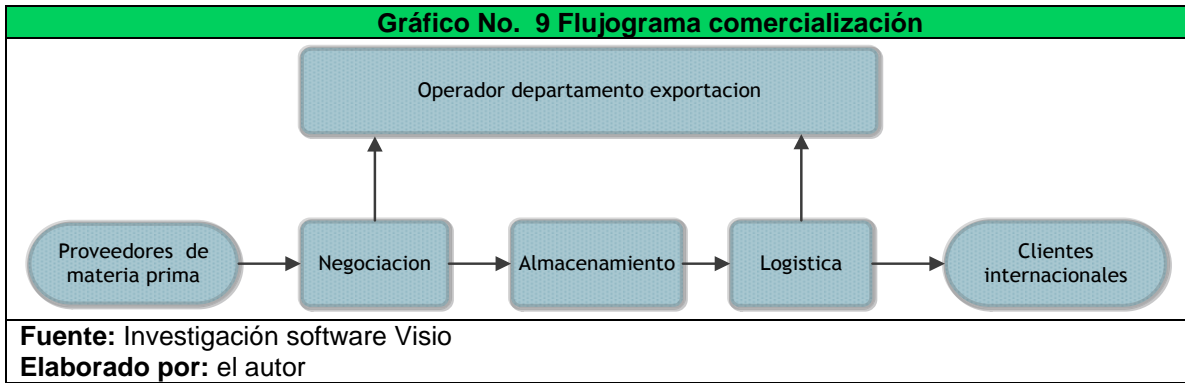
5.4.1.4.1 Flujograma de procesos generales a realizarse en COMERCADE.

Es importante señalar que el centro de acopio no se involucrará en el proceso productivo que efectuó FEDECADE sino solamente se ocupará de la compra, recepción y comercialización del cacao en grano, ya listo para la venta, el proceso se detalla a continuación:



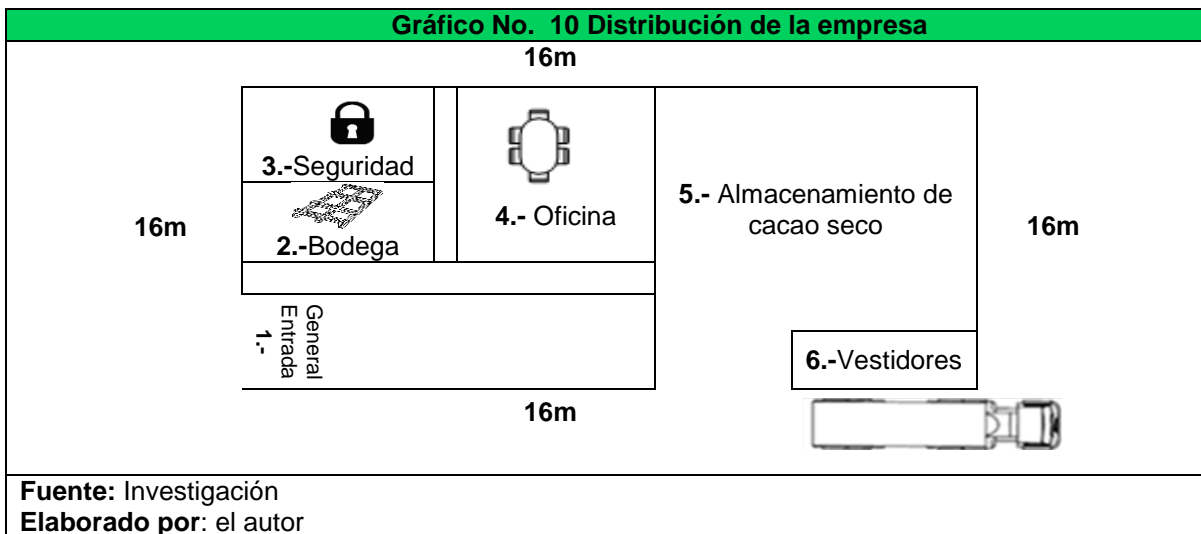
5.4.1.4.2 Flujograma de proceso de comercialización de cacao en grano.

Este proceso corresponde a la comercialización y detalla las actividades a llevar a cabo desde el contacto con los proveedores hasta la entrega del producto en la ciudad de destino, en este proceso se muestran las actividades involucradas para el cumplimiento del proceso.



5.4.1.4.3 Distribución de la Planta.

Para que el centro de acopio realice sus actividades de una forma planificada, es necesario construir instalaciones, que tengan la siguiente distribución física:



Área No. 1: Esta área consta de 5 m² y se determina como la entrada general.

Área No. 2: Esta área de 20 m² será destinada para el almacenamiento de insumos y materiales para uso en el centro de acopio.

Área No. 3: Consta de 5 m² la misma que está destinada para realizar la vigilancia del centro de acopio así como de las instalaciones y principalmente de la materia prima.

Área No. 4: Consta de 40 m² y acogerá las oficinas del área administrativa.

Área No. 5: Consta de 60 m² y se destinara para el almacenamiento de los quintales de cacao en grano secos y listos para la comercialización.

Área No. 6: Consta de 15 m² y este espacio está destinado para la instalación de vestidores para operarios.

5.4.1.5 Ingeniería del proyecto.

5.4.1.5.1 Constitución de la empresa.

Para la constitución legal del centro de acopio, se debe tomar en cuenta "los requisitos y procedimientos para el registro de centros de acopio y bodegas de almacenamiento de Cacao Nacional Fino y de Aroma Sabor "Arriba" y de otras variedades dentro del territorio ecuatoriano" (Agrocalidad, 2011,p. 5)

Es así que el centro de acopio tiene que cumplir los requisitos impuestos por Agrocalidad (2011).

- 1.- Almacenar el cacao Nacional fino y de aroma y otras variedades por separado. (p. 9)
- 2.- Llevar registro de los proveedores indicando el tipo de cacao que compra y de la misma manera, llevar registro del tipo de cacao que vende. (p. 9)
- 3.- Garantizar la calidad fitosanitaria del grano. (p. 9)
- 4.- Para la comercialización se deberá solicitar la emisión de la guía de movilización de material vegetal de cacao (p. 9)
- 5.- Equipos que garanticen el mantenimiento adecuado de las condiciones de temperatura y humedad. (p. 9)
- 6.- Personal técnico calificado en el manejo de las actividades inherentes al acopio, almacenamiento. (p. 9)

Es así que esta empresa tiene que obtener el registro de calidad fitosanitaria y luego cumplir con las formalidades requeridas por la Superintendencia de Compañías para poder realizar sus actividades, bajo la razón social de “COMERCADE Cía. Ltda”, El proceso para la constitución como empresa y obtención del registro emitido por Agrocalidad de es el siguiente:

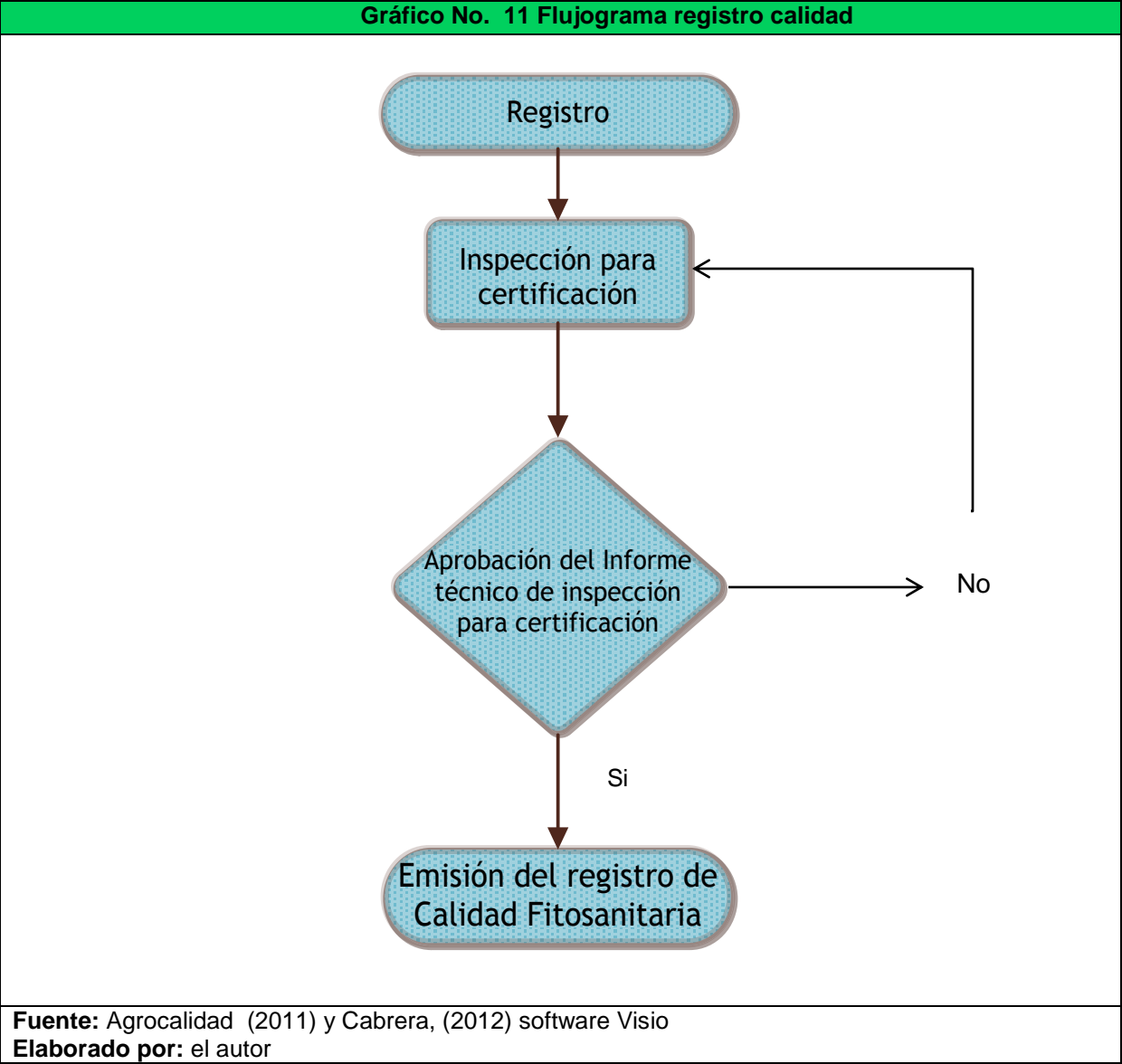
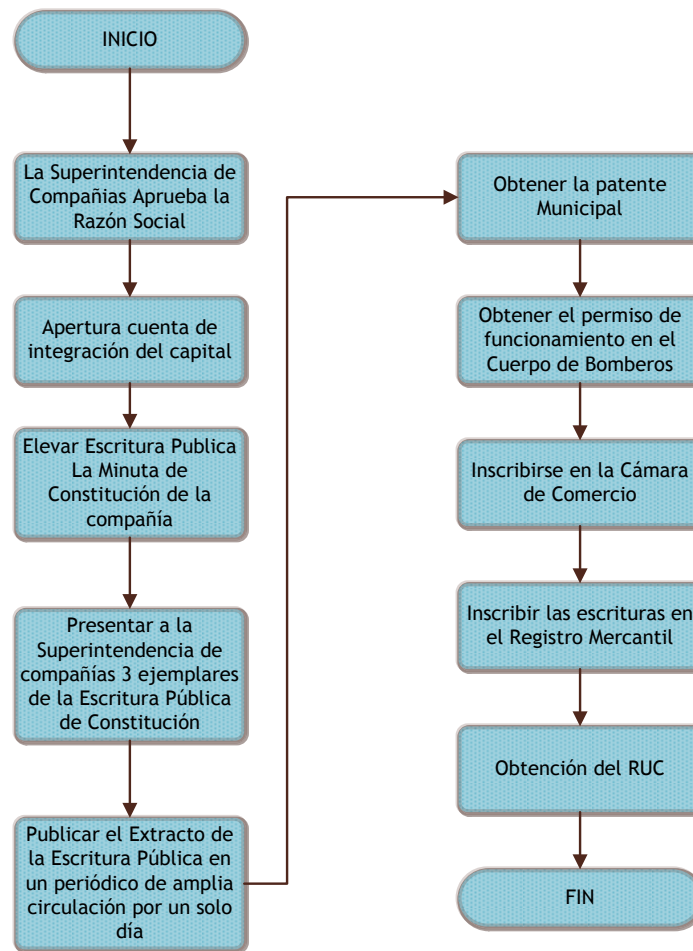


Grafico No. 12 Flujograma constitución empresa



Fuente: Agrocalidad (2011) y Cabrera, (2012) software Visio

Elaborado por: el autor

5.4.1.5.2 Propuesta administrativa para “COMERCADE”

Misión.

La misión de COMERCADE es almacenar y comercializar cacao en grano 100% ecuatoriano, mediante un servicio eficiente y de calidad, cumpliendo con los estándares nacionales e internacionales, para así satisfacer las necesidades de sus clientes

Visión.

Lograr para el 2016 el reconocimiento en el mercado nacional e internacional por la calidad en el servicio, estableciéndose como un proveedor confiable y unos de los líderes en la exportación de cacao en grano, logrando así ingresar y posicionarse en el mercado.

Principios.

A continuación se establecen los principales principios:

- Liderazgo en el Servicio.
- Transparencia.
- Lealtad.
- Perseverancia.

Valores.

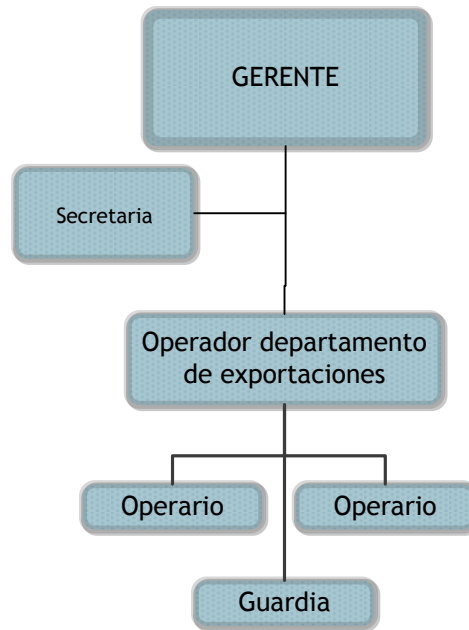
A continuación se encuentran los principales valores:

- Compromiso
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Solidaridad.

5.4.1.5.2.1 Organización funcional

El organigrama para la ejecución del centro de acopio tiene características jerárquicas en línea las cuales se detallan a continuación:

Gráfico No. 13 Organigrama funcional



Fuente: Investigación software Visio
Elaborado por: el autor

Tabla No 47 Gastos empleados 2013

Año 2013	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total
Gerente	1	500	7,797
Secretaria	1	400	6,301
Operador de exportación	1	450	7,049
Guardia	1	350	5,553
Obreros	1	350	5,553
Obreros	1	340	5,404
		Total	37,658

Fuente: Investigación
Elaborado por: el autor

La empresa estará representada por el gerente general, quien será la persona encargada de dirigir las actividades, además de coordinar a todos los miembros de la organización, como son todas las personas que laboren en la empresa.

5.4.1.5.3 Descripción de funciones.

Gerente.

Se encargará de la parte administrativa de toda la empresa, llevando el control de todas las actividades que se realicen, además de enfocarse en la coordinación de la comercialización del producto, entre sus funciones están:

- Planificar y dirigir actividades de la empresa.
- Ejercer el control de las actividades del personal a su cargo, mediante la verificación de la correcta realización de tareas.
- Dirigir y confirmar gestiones de compra en el mercado nacional y ventas en el mercado internacional.

Secretaria.

- Recibir e informar asuntos relacionados a los departamentos del centro de acopio para la correcta realización de las tareas asignadas.
- Brindar atención a los usuarios que solicitan información sobre actividades que se realicen en el centro de acopio.
- Atender la recepción de quejas y/o reclamaciones y su tramitación

Operador del departamento de exportaciones.

Se dedicara únicamente a la parte administrativa y logística del departamento de exportaciones, llevando a cabo actividades de comercialización del producto hacia el mercado internacional, entre sus funciones están:

- Dirigir y planificar las actividades del departamento de exportaciones y sus sub-actividades
- Controlar las actividades del personal a su cargo.
- Diseñar soluciones acordes a nuevas exigencias del mercado internacional.

Operarios.

- Realizar actividades de carga y descarga del producto en los vehículos, así como ser el personal de apoyo para todas las actividades que se realicen en la empresa.
- Almacenar los sacos de cacao en grano y responsabilizarse por esta tarea.
- Mantener la limpieza y el ordenamiento de la empresa así como sus instrumentos de trabajo.

Guardia.

- Proteger los recursos e insumos de la empresa y reportar a la gerencia todas las anomalías y novedades que se verifiquen.
- Velar por la seguridad interna y externa de las personas que laboran dentro de la empresa.
- Salvaguardar a los vehículos mientras realizan la carga y descarga del producto.

5.4.2 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.

5.4.2.1 Datos básicos producto, embarque e información adicional.

Corresponde a la descripción de cada aspecto del producto, así también del embarque y además información adicional, que se utilizará en el proceso de comercialización del cacao en grano, desde su punto de origen hasta su punto de destino.

Tabla No 48 Datos Básicos	
Información básica del producto	
Nombre técnico o comercial del producto	Cacao en grano
Posición arancelaria país de destino	1801.0000
Unidad comercial de venta	sacos de 45.36 kg
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	116.38

Información básica del embarque	
País de origen	Guayaquil - Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
País de destino	Suiza
Ciudad de punto de destino	Zúrich
Nº unidades comerciales por embarque	238
Valor inicial del embarque (EXW)	27699
Tipo de unidad de carga	Contenedor
Nº total de embalajes	20
Nº total de unidades de carga	1

Información Adicional	
Termino de negociación	DAT
Forma de pago	Carta de crédito
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8.25%
Tasa promedio inflación anual	4.44%
Fuente: Investigación software Visio	
Elaborado por: el autor	

5.4.2.1.1 Datos Relevantes.

Valor EXW de la unidad comercial.

Este costo corresponde a 116.38 USD y se refiere al costo de cada saco de cacao en grano en fábrica, sin incluir gastos o costos adicionales.

Número de unidades comerciales por embarque (sacos)

Este valor corresponde al número de sacos que se enviarán a las chocolateras en Zúrich-Suiza cada mes, el cual es de 238 sacos.

Valor inicial del embarque (exw)

Este valor corresponde al valor EXW inicial de cada embarque, el cual es el resultado de multiplicar, el valor de cada saco de cacao en grano (Exw), por la cantidad requerida al mes por las chocolateras, que es de 238 sacos lo que da como resultado 27699 USD.

Tipo y número de envase.

El envase para este producto son sacos de yute, los cuales contienen un estimado de 45.36 Kg y se necesitarán 238 sacos cada mes.

5.4.2.2 Cubicaje.

5.4.2.2.1 Cubicaje Vehículo.

Es importante señalar que los cálculos del cubicaje, se realizarán para el vehículo que trasladará los sacos de yute en el país de origen Ecuador, además de los pallets utilizados para el almacenamiento del producto en las instalaciones del centro de acopio.

No se realizará el cubicaje para el caso de contenedores ni pallets en la unidad de carga internacional, debido a que el producto será entregado a la empresa de transporte internacional y la misma se encargará de realizar este cubicaje.

Tabla No 49 Cálculo cubicaje Vehículo		
Unidad de carga (sencillo 15 Tn)	Envase (sacos de 45.36 Kg)	
		
Largo mts: 12	Largo mts: 0.45	
Alto mts: 2	Alto mts: 0.75	
Ancho mts: 2,4	Ancho mts: 0.2	
Estimación de espacio		
Largo	12/0.45	16
Alto	2/0.75	5
Ancho	2.4/0.20	10
Capacidad total de la unidad de carga (largo 16 x Alto 5 x Ancho 10)		800 sacos
Restricción de carga= 15 Tn*1000 Kg = 15000 Kg / 45.36 =		355 sacos
Fuente: normativa sobre pesos y dimensiones vehiculares MOPC/Investigación		
Elaborado por: el autor		

5.4.2.2.1.1 Capacidad de carga.

La estimación de capacidad de carga se calcula dividiendo el largo, alto y ancho del vehículo para el largo, alto y ancho de los sacos de yute, es así que se obtiene el número de sacos de yute para cada área del vehículo tanto a lo largo, alto y ancho (16 sacos, 5 sacos y 10 sacos), luego se multiplica estos valores y se obtiene el resultado de la capacidad de carga del vehículo, es decir el número de sacos de yute que se puede transportar, 800 sacos de yute

5.4.2.2.1.2 Restricción de carga, Normativa sobre Pesos y Dimensiones Vehiculares MOPC

Cabe mencionar que en la estimación de este cubicaje, existe una restricción de peso, ya que este vehículo, puede cargar hasta 15 Tn, y que los 800 sacos pesan más de 15 Tn, es por eso que la capacidad máxima de sacos que puede cargar este vehículo se obtiene transformando las 15 Tn a Kg, que son 15.000 Kg y luego se divide esta cantidad, para el peso del saco de yute que es de 45.36 Kg es así

que se obtiene que este vehículo puede cargar 355 sacos de yute, para las proyecciones de los 4 años siguientes se estima que se envíen cantidades hasta de 343 sacos, para lo que se utilizara un solo vehículo y en el último año se enviaran 369 sacos, para lo cual se tiene que utilizar una unidad de carga adicional.

5.4.2.2.2 Cubicaje Pallets.

Tabla No 50 Calculo cubicaje Pallet		
Pallet	Envase (sacos de 45.36 Kg)	
		
Largo mts: 1.20	Largo mts: 0.45	
Alto mts: 1	Alto mts: 0.20	
Ancho mts: 0.80	Ancho mts: 0.75	
Estimación de espacio		
Largo	1.20/0.45	2
Alto	1/0.20	5
Ancho	0.8/ 0.75	1
Capacidad total de bodega (largo 2 x Alto 5 x Ancho 1)	10 sacos	
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

5.4.2.2.2.1 Capacidad de apilamiento.

La estimación de capacidad de carga se calcula dividiendo el largo, alto y ancho del pallet para el largo, alto y ancho de los sacos de yute, es así que se obtiene el número de sacos de yute para cada área del pallet, tanto a lo largo, alto y ancho (2 sacos, 5 sacos y 1 sacos), luego se multiplica estos valores y se obtiene el resultado de la capacidad de apilamiento del pallet, es decir que el número de sacos de yute que se apilan en el pallet son 10 sacos de yute.

5.4.2.3 Análisis de costos.

El presente proyecto se basa en la comercialización de 130 toneladas métricas aproximadamente, de cacao en grano anuales en el primer año, desde la provincia

del Guayas hasta Suiza, para atender parte de la demanda real efectiva existente en las chocolateras de la ciudad de Zúrich, el proceso se lo realizará en periodos mensuales para lo cual se define el siguiente proceso de comercialización por embarque:

Tabla No 51 Proceso de comercialización por embarque		
Código	Concepto	Total Gastos por embarque
62.1	Envase y etiquetado	23,80
62.2	Documentación	52,35
62.3	Transporte	360
62.4	Manipuleo de embarque	200
62.5	Agentes	178
62.6	Costos bancarios	277
62.7	Flete internacional	3,200
62.8	Seguro internacional	863,23
62.9	Manipuleo de desembarque	200
62.10	Aduaneros	820,94
Total		2978,52
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

62.1 Envase, pallets y etiquetado.

El envase utilizado para el cacao en grano, son sacos de yute de 45 cm de ancho por 75 cm de largo y soportan un peso bruto de 45.36 Kg, no se incurrirá en este gasto ya que FEDECADE vende el producto ya en estos sacos.

Tabla No 52 Envases, pallets y etiquetas por embarque						
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Tiempo		Recursos Humanos
				Días	Horas	
Etiquetas	238	0,10	23,80		5	2
Total			23,80		5	2
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

No se incurrirá en gastos de pallets, dado que la empresa transportadora ofrece este gasto incluido en la prestación del servicio, aun así se debe adquirir pallets, pero únicamente para el almacenamiento de los sacos del cacao en grano, en el

centro de acopio y solamente se incurrirá en el gasto correspondiente a etiquetas del producto.

62.2 Documentación.

Los Documentos para realizar la Exportación de cacao en grano a Suiza son:

- **Certificado de Origen:** con el que se puede certificar el lugar de origen de la mercancía y por medio de éste se puede acoger a preferencias arancelarias. Se obtiene en el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO y en las oficinas regionales.
- **Certificado Fitosanitario:** certifica, salubridad en determinados productos vegetales exportables. Se lo obtiene a través de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, AGROCALIDAD.

Tabla No 53 Certificados por embarque						
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Tiempo		Recursos Humanos
				Días	Horas	
Certificado de origen	1	12,35	12,35		3	1
Certificado fitosanitario	1	40,00	40,00		3	
Total			52,35		6	1
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

62.3 Transporte interno.

Se necesita transportar el producto desde la ubicación de FEDECADE hacia el centro de acopio COMERCADE en Guayaquil, esto involucra un costo de transporte interno y se realizará en un camión de capacidad de 15 Tn, para un total de 12 Tn por envío. Luego se embarcará el producto hasta el aeropuerto de embarque, lo que implica otro transporte interno.

Tabla No 54 Fletes internos por embarque					
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Tiempo Horas	Recursos Humanos
Flete Naranjal-Guayaquil	1	180	180,00	1	1
Guayaquil-Aeropuerto	1	180	180,00	1	1
Total			360,00	2	2
Fuente: Investigación					
Elaborado por: el autor					

62.4 Manipuleo de embarque.

Se puede señalar que se realizará la manipulación en origen tanto para el cargue y descargue de mercancías, en FEDECADE y en COMERCADE y además para el punto de embarque.

Tabla No 55 Manipulación por embarque					
Concepto	Cantidad	Valor	Total	Tiempo	Recursos Humanos
Manipulación en Origen	3	50	150,00	8	1
Manipulación lugar de embarque	1	50	50,00	4	1
Total			200,00	12	2
Fuente: Investigación					
Elaborado por: el autor					

62.5 Agentes.

Se especifica que el agente de aduana en Ecuador, es el encargado del proceso de exportación de la mercancía hacia Suiza, quien se encargará de la emisión de los documentos necesarios tanto de soporte y acompañamiento

Además la empresa de transporte será la encargada de la emisión de la Carta de Porte Internacional o air waybill

Tabla No 56 Agentes por embarque						
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Tiempo		Recursos Humanos
				Días	Horas	
Agente de Aduana	1	178	178,00		2	1
Total			178,00	0	2	1
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

62.6 Costos bancarios.

Este costo representa el valor de la emisión de la carta de crédito, en base al valor FCA de las mercancías, por la tasa bancaria del 1% en el país de exportación.

Tabla No 57 Costos bancarios por embarque				
Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	Tiempo de contratación en horas	Costo final USD
Costo carta de crédito	27699,08	1,00%	2	276,99
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor				

62.7 Flete internacional.

Este valor representa el costo del transporte internacional aéreo y fue cotizado por la empresa FERVADELIVERY/ NAVILEXPRESS y comprende el traslado de las mercancías desde Guayas-Ecuador hasta Zúrich-Suiza

Tabla No 58 Flete internacional aéreo por embarque				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Tiempo Días
Flete internacional	1	3200	3200	5
Total			3200	5
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor				

62.8 Seguro internacional.

Este valor se obtiene al aplicar el 3% al valor CFR, que comprende el valor FOB, más el flete internacional, como se establece en la siguiente tabla:

Tabla No 59 Seguro internacional por embarque	
	Valor Total
Valor CFR	28774.31
Porcentaje aplicable	3%
Total seguro internacional	863.23
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor	

62.9 Manipuleo de desembarque.

La negociación se realizará en el término DAT, por lo que el valor del manipuleo comprende el descargue de las mercancías del medio de transporte, este valor forma parte de las responsabilidades del exportador.

Tabla No 60 Gastos exportación por embarque						
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total	Tiempo		Recursos Humanos
				Días	Horas	
Manipulación en destino	1	200	200,00		3	3
Total			200,00	0	3	3
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor						

62.10 Aduaneros.

A pesar de que la mercancía está exenta del pago de Ad-valorem, tiene que cancelar otro tipo de tributo al comercio exterior, que es el Impuesto al Valor Agregado IVA o VAT, en el país de destino.

Tabla No 61 Aduaneros por embarque					
Descripción	% de impuesto	Base imponible	Costo total USD	Tiempo en horas	Costo final USD
IVA	2,5%	32837.54	820,94	2	820,94
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor					

5.4.2.4 Precio final del saco de cacao en el país de destino.

El precio final del cacao en grano que se describe a continuación, se basa en el costo al adquirir el producto en el Ecuador y además se incluyen costos y gastos necesarios para el funcionamiento óptimo del centro de acopio, también gastos administrativos y de exportación, debido a que estos valores deber ser cubiertos cada mes, obteniendo así un costo final de referencia para la exportación, de \$ 142.40, a este valor se añade un margen de utilidad del 12%, es así que se obtiene un precio final de \$ 159.44.

Tabla No 62 Costo y precio de venta de cacao en grano ASS	
Costo (c/u) en país de destino	142.4
Margen de Utilidad	17.1
Precio de venta	159.44
Fuente: Investigación Elaborado por: el autor	

5.4.3 ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.

5.4.3.1 Inversión Inicial.

Se refiere a la adquisición de todos los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución necesarios para la exportación de cacao en grano hacia Suiza.

Tabla No 63 Activos Fijos	
Detalle	Valor Total
Construcciones	55,000
Maquinaria y equipo	7,560
Muebles y enseres	2,660
Equipo de Cómputo	2,200
Total Activos Fijos	67,420
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

Tabla No 64 Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	310,702
Gastos Administrativos	21,687
Gastos de Exportación	74,180
Total Costo Anual	406,569
# Ciclos Comerciales	12
Capital de Operación	13,552
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

Tabla No 65 Gastos de Constitución	
Concepto	Total
Estudios y Diseños	1,500
Constitución de la Sociedad (Abogados)	2,000
Registros, Permisos y Licencias	1,500
Total Gastos de Constitución	5.000
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

Tabla No 66 Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	67,420
Capital de Operación	13,552
Gastos de Constitución	5,000
Total Inversión Inicial	85,972
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

COMERCADE necesita una inversión total de \$85,972, de los cuales el 20% constituye capital propio y el 80% se realizará a través de financiamiento con el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 11,20% y cuotas mensuales de \$2.258,22 y un plazo de 3 años.

Tabla No 67 Estructura de Financiamiento		
Concepto	Valor	Participación
Capital Propio	17,194	20%
Capital Ajeno	68,778	80%
Total	85,972	100%
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

5.4.3.2 Proyección de Costos y Gastos.

Para el cálculo de las proyecciones de costos y gastos de los siguientes años se tomó en cuenta el promedio de la sumatoria de la inflación 2005-2012, cada costo unitario se lo multiplica por la inflación promedio que es 4.44%.

Son los costos de producción de cacao en grano correspondientes a materia prima y mano de obra, de 130 Tn de cacao en grano en sacos de yute de 45.36 Kg en el año 2013.

Tabla No 68 Costos de Producción proyectados						
Concepto	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Cacao en sacos de yute 45.36 Kg	292,826	339,228	372,637	407,331	440,739	474,148
Mano de Obra	16,510	19,335	21,338	23,548	25,987	28,678
Costos Indirectos de Fabricación:						
Etiquetas sacos de yute	286	298	346	396	453	511
Agua	360	376	393	410	428	447
Energía	480	501	524	547	571	596
Suministros	240	251	262	273	286	298
Depreciaciones (Edificio)		2,750	2,750	2,750	2,750	2,750
Total Costo de Producción	310,702	362,739	398,248	435,255	471,213	507,429
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

De la misma manera es necesario incurrir en gastos necesarios para el área administrativa de la empresa y que en la propuesta son indispensables para calcular el valor real del producto, siendo los siguientes gastos:

Tabla No 69 Gastos Administrativos proyectados						
Concepto	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Sueldos	21,147	24,795	27,363	30,196	33,324	36,775
Servicios Básicos	240	251	262	273	286	298
Suministros de Oficina	120	125	131	137	143	149
Suministros de Limpieza	180	188	196	205	214	224
Depreciaciones	0	999	999	999	1032	1032
Amortizaciones	0	1000	1000	1000	1000	1000
Total Gastos de Administración	21,687	27,358	29951	32811	35998	39478
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

Los gastos de exportación son otro componente que se considera en base del término de negociación DAT, elegido para esta transacción:

Tabla No 70 Gastos Exportación proyectados						
Concepto	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Documentación	628	656	716	815	970	1,205
Transporte	4,320	4,512	4,712	4,921	5,139	5,367
Manipuleo de embarque	2,400	2,506	2,618	2,734	2,855	2,982
Agentes	2,137	2,232	2,434	2,773	3,299	4,099
Costos bancarios	3,324	3,901	4,282	4,681	5,072	5,469
Capital e inventario - país de origen	94	110	120	131	142	154
Flete internacional	38,400	40,104	41,883	43,742	45,683	47,710
Seguro internacional	10,359	13,324	14,549	15,836	17,111	18,417
Capital e inventario - tránsito internacional	267	310	339	369	398	429
Manipuleo desembarque	2,400	2,424	2,448	2,473	2,497	2,522
Aduaneros (iva)	9,851	11,436	12,488	13,592	14,687	15,808
Total Gastos de Exportación	74,180	81,514	86,589	92,067	97,854	104,161
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

5.4.3.3 Estados Financieros.

El primer estado financiero registrado corresponde al Balance General o estado financiero de la empresa, en este registro financiero se observa el valor en activos que tiene la empresa, constituyéndose este en un recurso económico, que se espera rinda beneficio en el futuro.

También se hace referencia al pasivo, que en el caso de la empresa, constituye el valor que se debe a terceros, este valor representa un préstamo adquirido al Banco Nacional de Fomento del 80% del total de la inversión, en el balance se muestra también el valor de los recursos propios que representan el 20% del total de la inversión.

Tabla No 71 Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	13,552	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	13,552	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	55,000	Préstamos Bancarios	68,778
Maquinaria y Equipo	7,560	Total Pasivos Largo Plazo	68,778
Muebles y Enseres	2,660		
Equipo de Computo	2,200	Total Pasivos	68,778
Total Activos Fijos	67,420		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	5,000	Capital Social	17,194
Total Activos Diferidos	5,000	Total Patrimonio	17,194
Total Activos	85,972	Total Pasivo + Patrimonio	85,972
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Fuente: Investigación			
Elaborado por: el autor			

Tabla No 72 Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	455,357	535,682	581,342	629,112	677,674	729,197
Cantidad	2,856	3,168	3,480	3,804	4,116	4,428
Precio	159.44	169.09	167.05	165.38	164.64	164.68
- Costo de Ventas	310,702	362,739	398,248	435,255	471,213	507,429
Utilidad Bruta en Ventas	144,655	172,942	183,094	193,857	206,460	221,767
- Gastos Operacionales	95,867	108,872	116,540	124,877	133,853	143,639
Gastos Administrativos	21,687	27,358	29,951	32,811	35,998	39,478
Gastos de Ventas	74,180	81,514	86,589	92,067	97,854	104,161
Utilidad Operacional	48,788	64,070	66,554	68,980	72,608	78,128
- Gastos Financieros	0	6,676	4,267	1,575	0	0
Interés Bancario	0	6,676	4,267	1,575	0	0
U.A.T.I	48,788	57,394	62,287	67,405	72,608	78,128
- 15% Particip. Trabajadores	7,318	8,609	9,343	10,111	10,891	11,719
Utilidad Antes de Impuestos	41,470	48,785	52,944	57,294	61,717	66,409
- 23% Impuesto a la Renta	9,538	11,221	12,177	13,178	14,195	15,274
Utilidad Neta	31,932	37,565	40,767	44,116	47,522	51,135
Fuente: Código del trabajo Art. 97., Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Arts. 36 y 37/Investigación						
Elaborado por: el autor						

El Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado para 5 años, se ha tomado en cuenta el valor de la oferta exportable, además del valor del costo de venta del producto, para la proyección de los siguientes años se lo realiza, tomando el valor de la inflación anual (4,44%) además de una ganancia del 12%.

Se puede concluir mencionando, que el proyecto genera resultados favorables en cada año, visualizando que se trata de un proyecto rentable.

5.4.3.4 Flujos de Efectivo, VAN, TIR.

Se realizó el análisis de los indicadores financieros básicos para la toma de decisiones, en el mismo análisis se determina que el VAN es positivo por lo que se acepta el proyecto.

Tabla No 73 Flujos de Efectivo - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Utilidad Neta		37,565	40,767	44,116	47,522	51,135
+ Depreciaciones		3,749	3,749	3,749	3,782	3,782
+ Amortizaciones		1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Liquidación del Proyecto						43,346
Recuperación Capital de Operación						13,552
Total Entradas	0	42,314	45,516	48,866	52,304	112,815
Salidas de Efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Inversión Inicial	85,972					
Amortización de la Deuda		20,423	22,831	25,524		
Reposición de Activos				2,298		
Total Salidas	85,972	20,423	22,831	27,821	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-85,972	21,891	22,685	21,044	52,304	112,815
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

Tabla No 74 VAN, TIR, PR, C/B			
Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-85,972		
1	21,891	0.9041	19,791
2	22,685	0.8174	18,541
3	21,044	0.739	15,551
4	52,304	0.6681	34,943
5	112,815	0.604	68,139
	SFE		156,965
	- I.I.		85,972
	VAN		70,993
	TIR		31.15%
	PR		3.93
	C/B		1.83

De la misma manera la Tasa Interna de Retorno (31.15%) propia de la inversión, sin efectos externos, es mayor a la tasa de descuento. Existe una relación Costo/beneficio mayor a 1 (1.83). El único factor que no es tan favorable se refiere

al período de recuperación que es 3.9 años, se debe a que se trata de un proyecto donde la recuperación de la inversión es más lenta que en otros proyectos.

5.4.3.5 Punto de Equilibrio.

En el punto de equilibrio se muestra el número de unidades mínimas a producir y vender, para no generar pérdidas es decir los costos fijos son iguales a los costos variables. Se observa que el número de unidades requeridas, está por debajo de la producción actual, lo cual es beneficioso

Tabla No 75 Punto de Equilibrio - Con Financiamiento		
	Año 2013	
Costo de Producción	Fijos	Variables
MPD		292,826
MOD		16,510
Costos Indirectos Fabricación		
Etiquetas sacos de yute		286
Agua	360	
Energía	480	
Suministros	240	
Total Costo de Producción	1,080	309,622
Gastos Operacionales	21,687	74,180
Gastos Administrativos	21,687	
Gastos de Exportación		74,180
Gastos Financieros	0	
Interés Bancario		
Costos y Gastos Totales	22,767	383,802
Unidades	2,856	
Costos y Gastos Unitarios	7.97	134.38
Total Costos y Gastos Unitarios	142.36	
% Utilidad	12%	
Precio de venta Unitario	159.44	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	909	
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

5.5 CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA.

Los datos financieros del proyecto se consideran factibles, puesto que presentan un Valor Actual Neto de 70,993 usd y una Tasa Interna de Retorno del 31.15% además de un costo beneficio de 1.83, es decir por cada dólar que se invierta se obtendrá 0.83 lo que es beneficioso, al igual, que el Periodo de Recuperación de la Inversión es de 3.9 años.

El sistema de distribución física internacional planteado es adecuado, puesto que permite que el precio del cacao en grano llevado desde la empresa COMERCADE a ubicarse en Guayaquil, en termino de negociación DAT hasta Zúrich sea competitivo en relación al precio del producto ofertado desde países competidores africanos, por lo que tiene una gran oportunidad de ingreso y posicionamiento en el mercado de destino

El precio competitivo del producto está dado principalmente por las preferencias arancelarias otorgadas por Suiza, además un factor determinante en este producto es la calidad, la cual es reconocida en todo el mundo como lo mejor de lo mejor, en cacao en grano fino y de aroma.

Al identificar la oferta de cacao en grano fino y de aroma en el mercado de Suiza, se puede concluir con que todo el producto tiene que ser importado, ya que no existe producción, lo que hace que el proyecto sea factible desde el punto de vista económico ya que actualmente las necesidades actuales no son satisfechas.

Se establece que la población de Suiza tiene preferencia por el cacao en grano especialmente fino y de aroma, ya que es necesario para la elaboración de los mejores chocolates del mundo, de igual manera se identifica que la demanda de este producto es elevada y por el contrario la oferta es limitada, ya que actualmente se están destinando grandes cantidades de este producto hacia mercados tradicionales.

En cuanto a la comercialización se puede indicar que no se toma en cuenta procesos de producción, ya que el producto se lo adquiere ya listo para la venta en

el exterior, es así que se asignan recursos para la comercialización; el producto es adquirido directamente en la planta de FEDECADE, lo que implica que las ganancias serían mayores si los productores de esta federación, realizaran todo el proceso de comercialización.

6 BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

Agencia Central de Inteligencia (CIA), (2013). Economía de Suiza, hoy en <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sz.html>

Agrocalidad, (2011). *Manual para el procedimiento para el registro y certificación de centros de acopio y bodegas de almacenamiento de cacao*, pp. 5, 9

Asociación Suiza de Normalización, (SNV). (2011) *Requisitos técnicos hoy en* <http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecommes>

Ávalos, García, Jaramillo. (2008). *Inteligencia competitiva y definición de una estrategia para la comercialización del cacao de la variedad "Arriba"*

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

Asociación Nacional de Exportadores de Cacao, (2013). *Boletín Anecacao*, Año 1, Volumen 2, Guayaquil, Enero-Marzo

Área de inteligencia comercial-ADEX, (2013). *Normas de etiquetado*, hoy en <http://www.adexdatatrade.com/>

Barry Callebaut Sourcing Ag, (2014). *Sobre la Empresa hoy en* <http://www.barry-callebaut.com/>

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2011). hoy en <http://www.bancocentral.com//>

Carrillo, F. (2007). *Proyecto de reingeniería comercial, recursos humanos, administrativa y financiera de la federación nacional de productores de cacao del Ecuador* (FEDECADE).

Consejo Nacional de Planificación, (2013). *Plan Nacional del buen vivir*. Quito

Centro de Comercio Internacional, (2011) Exportaciones hacia Suiza hoy en www.trademap.org.

Confiserie Sprungli Ag, (2014). *Historia de la Empresa*, hoy en <http://www.spruengli.ch/>

Confiserie Honold Ag, (2014). *Empresa*, hoy en <http://www.honold.ch/>

Conferencia de Las Naciones Unidas, (2008). *SGP-PLUS*, hoy en https://www.mef.gub.uy/apc/sgp/info_general_suiza.pdf

CESCE, (2014). *Riesgo país Suiza*, hoy en <http://www.cesce.com/web/sp/>

David, R. (1817), Teoría de la ventaja comparativa, hoy en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

Delgado, Alfredo. (2007). “Creación de una empresa para la elaboración, distribución, y exportación a Suiza de cacao en grano y productos semielaborados en la ciudad de Manta en el año 2007”

Departamento Federal de Asuntos Exteriores Presencia Suiza, (2011). *Población*, hoy en http://www.swissworld.org/es/politica/gobierno_y_parlamento/departamentos_federales/

Hermes Süsstoff Ag, (2014). *Acerca de la Empresa*, hoy en <http://www.thefoodworld.com/company/hermes-s-sstoff-ag>

Instituto Ecuatoriano de Normalización NTE INEN 176, (2010). *Cacao en grano*, requisitos, pp. 2-3

Inteligencia Comercial e Inversiones, (2011). Ficha Comercial de la Confederación Suiza, Ecuador.

International Trade Center, TRADEMAP, *Exportaciones de Suiza por cantidad hoy* en www.trademap.org.

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (PROECUADOR). (2011). *Análisis sectorial de cacao y elaborado*, Ecuador, pp. 5, 6, 7, 10, 17, 18, 12, 34

hoy en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-AS2011-CACAO.pdf>

Jiménez, Lahura. (1919). *La Nueva Teoría del Comercio Internacional*, hoy en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

Metodología de la investigación, (2011). Fases de la investigación hoy en <http://joseantoniogarciadavila.com/semdesproyinv/FIA/fia5.html>

MWSTG, (2014). *Artículo 55*, hoy en <http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20081110/index.html>

Organización Internacional del Cacao, (2011). *Mercado mundial del cacao: Análisis de tendencias recientes y de perspectivas hasta el año 2011*, Ecuador

Páez Giselle, (2011). *10% Del Cacao que exporta Ecuador es en productos Semi-Elaborados*.

Sabando, Delgado. (2007). *Creación de una empresa para la elaboración, distribución y exportación a Suiza de cacao en grano y productos semielaborados en la ciudad de Manta*

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), (2011). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), recuperado en http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf

SWISSLATIN, (2011). hoy en <http://www.swisslatin.ch/economia-0824.htm>

United Nations Conference on Trade and Development, (2008). *Generalized System of Preferences EFTA*, hoy en <http://unctad.org/en/docs/itcdtsbmisc62rev5>

Vernon, R. (1919), Teoría del ciclo de vida de un producto, hoy en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

7 ANEXOS

ANEXO 1

CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN CONSUMO HISTÓRICO DE LA EMPRESA BARRY CALLEBAUT SOURCING AG

Para realizar la proyección del consumo esta empresa, se utilizó el método de regresión simple tomando como base las series históricas de las variables dependientes e independientes

Consumo de la empresa Barry Callebaut Sourcing Ag

Años (X)	2007	2008	2009	2010	2011
Enero	150	150	475		550
Febrero	350	275	526	100	550
Marzo	50	150	100	250	425
Abril	50	300	200	50	325
Mayo	0	250	300	175	525
Junio	0	0	100	300	875
Julio	0	0	50	300	600
Agosto	25	0	400	50	100
Septiembre	25	0	600	0	50
Octubre	0	200	425	0	400
Noviembre	0	350	726	0	400
Diciembre	100	751	751	0	400
Total consumo (Y)	751	2427	4654	1226	5203
Fuente: ANECACAO 2013 Elaborado por: el autor					

x= Variable Independiente que representa el número de años

y= Variable Dependiente que representa el consumo

Luego se realizó el cálculo matemático de los mínimos cuadrados

Cálculo de los Mínimos cuadrados

Año (x)		Consumo Tn (y)	X ²	XY
1		751	1	751
2		2427	4	4855
3		4654	9	13963
N	6	7832	14	19568
Elaborado por: el autor				

Realizado el cálculo se obtiene N que corresponde a la sumatoria total, luego se calcula las variables a, b con la siguiente formula.

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{7756}{6} = 1293$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{11710}{6} = 1952$$

Para la proyección reemplazamos los datos en la fórmula $Y = a + bx$ teniendo en cuenta que x tomara el valor de los años siguientes donde x= 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, para proyectar los años del 2012 a 2018

Proyección	
Año	Demanda Tn
2012	10418
2013	12369
2014	14321
2015	16273
2016	18225
2017	20176
2018	22128
Elaborado Por: El Autor	

ANEXO 2
FOTOGRAFIAS PROCESOS DE PRODUCCION FEDECADE



ANEXO 3 COTIZACION GENERAL, FLETE INTERNACIONAL, PALLETS Y CONTENEDORES	
Empresa informante	FERVADELIVERY/ NAVILEXPRESS S.A
Situación de la empresa	Activa
Ubicación	Guayaquil-Ecuador
Dirección	Av. De las Américas , entrada Zona de carga aérea
Tel-fax	5934 6029580/81/82/83
Correo electrónico	mromo@navilexpress.com
Persona de contacto	Lcda. Mayiya Romo Pesantes
Petición	Información y cotización general
RESPUESTA	
<p>Estimado Jonathan</p> <p>Gracias por habernos contactado.</p> <p>Abajo encontrará las cotizaciones de las aerolíneas por el momento, me permito despejar alguna de sus inquietudes</p> <p>Todas las aerolíneas trabajan con pallets y contenedores, dependiendo del tipo de avión. El exportador debe traer la carga hasta el aeropuerto el día y hora indicada y el personal de la aerolínea, se preocupa de la organización de la carga en pallets o contenedores disponibles el día del vuelo, para la operación.</p> <p>La reserva se debe manejar al menos con 5 de anterioridad para bloquear el espacio para las 12 toneladas.</p> <p>Necesitamos saber si las 12 toneladas las necesita sacar en un solo despacho, o en varios despachos de acuerdo a su producción</p> <p>Sobre el seguro, debe asegurar su producto con la Aseguradora de confianza o su comprador en destino, depende de vuestra negociación.</p> <p>En el caso de que nuestra cotización sea aceptada, deberemos registrar al exportador ante la interpol y es obligatorio de parte del exportador, enviar un representante el día del embarque, ya que todas las exportaciones aéreas sin excepción alguna pasan por el control antinarcóticos.</p> <p>El pago de todos los costos, se deberá realizar el día de la exportación.</p> <p>Pongo en su conocimiento la cotización de las siguientes aerolíneas:</p> <p>AMERICAN AIRLINES VUELOS DIARIOS: Tt: hasta 72 horas Ruta: Guayaquil Miami Paris Frankfurt Zurich</p> <p>Tarifa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flete: 3600 aproximadamente • Fuel: 0.45/Kg (Min 15.00) • Security: 0.10/Kg (Min 15.00) 	

- AWB: 15.00
- HAWB: 10.00 por cada House
- Confirmed Cooler: 0.07/Kg (Min 80.00) en caso de requerirlo

AVIANCA:

VUELOS DIARIOS:

TT: 5 DIAS

Ruta: Guayaquil Miami Frankfurt Zurich

Tarifa:

- 3200 aproximadamente
- Fuel \$0,67 x Kg
- AWB \$15
- HC \$0,05 x Kg
- TRM \$30
- TRI USD 0.02/Kg (más de 1250 Kg)

Handling Fervadelivery S.A.

100+ IVA por awb

Estibaje: 0.005/lb Minimo 30.00 + iva/ por awb

Las aerolíneas no cobran por el uso de los pallets /contenedores. No se debe preocupar por el alquiler de estos equipos, ya que forman parte del servicio.

Si su empresa desea enviar las 12 toneladas en un solo vuelo, debe realizarlo como le indiquè al menos con 5 días de anterioridad para poder bloquear los espacios.

Usted es el que indicará con que aerolínea desea trabajar. Avianca tiene 2 cargueros a la semana hasta Miami y puede levantar la carga sin problemas. American Airlines en su vuelo de la noche puede bloquear sin problemas el espacio

Todo lo debe realizar a través de la agencia

Lo importante es que cumpla estrictamente con las normas de seguridad para que todo se realice sin inconvenientes. Debe pasarnos por esta vía los dctos de la empresa, hacer la reserva con anterioridad y pasarnos el nombre de la persona que estará presente en el chequeo antinarcóticos.

Esta es la información que le puedo proporcionar por el momento de acuerdo a lo proporcionado en su mail. Para cualquier inquietud, no dude en contactarnos

Saludos cordiales

Lcda. Mayiya Romo Pesantes

BUSINESS DEVELOPMENT

FERVADELIVERY/ NAVILEXPRESS S.A

INTERNATIONAL LOGISTIC

"If you want to go fast, go alone. If you want to go far, go together"



8 ARTÍCULO CIENTÍFICO



“La demanda de cacao en grano en Suiza y su comercialización desde la provincia del Guayas”

Jonathan Javier Lugmaña Martínez: Egresado de la
Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Cursos y Seminarios realizados:

Suficiencia en el Idioma Inglés por el Centro de Idiomas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC); participación y certificado en la I, II y III Jornada Internacional de Comercio Exterior con las temáticas: “Normativa y Procedimientos Aduaneros, COPCI Control al Valor, Fiscalidad Aduanera, Control Posterior y Prevención de fraude Comercial”, Certificado de participación en el Seminario Taller “Análisis de Indicadores Socioeconómicos de la provincia del Carchi con SPSS”; Seminario Taller “Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior para el Carchi”, Seminario Taller “Manejo de las Partidas Arancelarias”

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional. (ECEYNCI)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

(UPEC)

Tulcán – Ecuador

RESUMEN.

La presente investigación se basa en el análisis de la demanda de cacao en grano en Zúrich-Suiza para su comercialización por parte de la empresa “COMERCADE” ubicada en el cantón el Naranjal en la provincia del Guayas, de esta manera se logrará que la empresa amplíe su mercado hacia un nuevo nicho de mercado, distinto a los ya tradicionales, aprovechando así la oferta del sector cacaoero y destinar parte de esta al sector chocolatero, considerando que Suiza presenta gran demanda de este producto y precios atractivos en el sector.

En esta investigación, se recopila suficiente información referente a la situación actual del sector cacaoero, también la oferta nacional e internacional en el

mercado objetivo, la demanda real efectiva, factores socioeconómicos, legales políticos además del perfil del consumidor, normas técnicas en cuanto a: empaque y requisitos de exportación.

El estudio externo se lo realizó al analizar la demanda en el mercado objetivo y se utilizó fuentes secundarias, para el caso de la comercialización, de igual manera se empleó fuentes secundarias como la revisión linkográfica de páginas oficiales, la veracidad de estas fuentes radica en que esta información se obtuvo a través de organismos certificados.

Además, dadas las circunstancias de la investigación, se realizó un estudio técnico, distribución física internacional y análisis financiero lo que permite validar la idea a defender, y por lo tanto se marca los lineamientos para realizar la comercialización de cacao en grano hacia Suiza.

Los resultados de este estudio definen a Zúrich como un mercado potencial y atractivo para la comercialización, el cual ofrece amplias oportunidades ya que no existe producción nacional de cacao en grano, además se identifica el incremento de la demanda en las chocolateras, preferencias arancelarias favorables para el Ecuador y principalmente preferencias hacia el producto de origen ecuatoriano.

Palabras claves: cacao en grano, comercialización, demanda real efectiva, oferta, estudio técnico, distribución física internacional, análisis financiero.

SUMMARY

This research is the analysis the demand for cocoa beans in Zurich-Switzerland for marketing by the company " COMERCADE " located in the canton Naranjal in the province of Guayas, this way will ensure that the company broaden their market to a new niche market other than the traditional ones, thus taking advantage of the offer of the cocoa sector and to allocate part of the chocolate industry, considering that Switzerland has high demand for this product and attractive prices in the sector.

In this research, sufficient information regarding the current situation of the cocoa sector, also the national and international supply in the target market, the real effective demand, socio-economic, legal and political profile in addition to the consumer, collects technical standards regarding packaging and export requirements.

The external study was conducted to analyze the demand in the target market and secondary sources are used , in the case of marketing likewise secondary sources was used as the reviewing official linkográfica pages, the veracity of these sources is that this information was obtained through certified agencies.

Moreover under the circumstances of a technical study research, international physical distribution and financial analysis which validates the idea defensively and therefore is marked guidelines for the marketing of cocoa beans to Switzerland was performed.

The results of this study define Zurich as a potential and attractive market for the trading, which provides ample opportunity since there is no domestic production of cocoa beans, plus the increased demand in chocolateras identified, favorable tariff preferences for Ecuador and preferences toward the product mainly of Ecuadorian origin.

Keywords: cocoa beans, marketing, real effective demand, supply, technical study, international physical distribution, financial analysis

1. Introducción

En Suiza se identifica que el incremento en el sector objeto de estudio, las empresas chocolateras, presentan un índice de crecimiento del 2.3% anual lo que deja ver que la demanda de este producto ha aumentado considerablemente, de la misma forma se conoce que Suiza no produce cacao en grano por lo tanto más del 90% del cacao en el mercado es de importación, es así que este producto tiene amplias oportunidades comerciales en el mercado meta, sin dejar a un lado que en el consumo per cápita en Suiza es el 11.9 kg h/año lo que lo definen como

uno de los países considerados líderes en cuanto al consumo de cacao en grano a nivel mundial.

Al analizar investigaciones existentes, relacionadas al presente proyecto se puede identificar que todas ellas coinciden con la existencia de demanda insatisfecha de cacao en grano, sin embargo estos antecedentes provienen de países tradicionales es decir, en los cuales existen muchos competidores y por ende el mercado está casi saturado, como por ejemplo Alemania y Holanda, además la principal característica del cacao ecuatoriano es que es fino y de aroma y de prestigio mundial, es así que el Ecuador posee ventajas frente a otros países africanos productores de cacao, sin dejar a un lado las preferencias arancelarias (SGP-PLUS), es por ello que la presente investigación marca el punto de partida para la comercialización del producto desde el Ecuador hacia Zúrich, ya que provee información real y confiable con respecto al proceso de comercialización del cacao en grano, logrando de esta manera ampliar el mercado.

2. Materiales y Métodos

Para el estudio y análisis de la demanda se utilizó el método (POAM) Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio, el cual permite identificar y valorar los factores externos que ofrece el mercado objeto de estudio, para así aprovechar las oportunidades y evadir las amenazas.

Análisis POAM

Factores políticos-legales: se establece a Suiza como un país recomendable para la realización de negocios internacionales, ya que Ecuador mantiene acuerdos comerciales con Suiza (SGP-PLUS) lo que permite que el producto (cacao en grano) se libere del pago de aranceles, gracias al certificado de origen, además de que el riesgo país en esta nación, es mínimo y casi inexistente, lo que otorga condiciones óptimas de estabilidad política, económica y comercial para realizar negocios internacionales en este país.

Factores socioeconómicos: los indicadores muestran que el PIB, la inflación y la población son claves determinantes para el acceso al mercado internacional, ya que Suiza presenta un PIB que expresa una mayor estabilidad económica, la inflación es un factor mínimo que no afecta de gran manera a Suiza y el crecimiento de la población repercute en la cantidad de consumidores para el producto ofertado.

Factores geográficos: la infraestructura de transporte en Suiza representa una oportunidad aceptable para la realización del comercio ya que aunque este país no cuenta con salidas hacia el mar, existe el servicio aéreo que representa una oportunidad, ya que existen vuelos diarios hacia la ciudad de destino, Zúrich (PROECUADOR, 2011)

Estudio de Mercado: Zúrich es la principal ciudad de Suiza, con una población de 376.815 habitantes. Es la capital del cantón de Zúrich y se encuentra ubicada en el distrito de Zúrich, en la llanura central de Suiza y próxima a los Alpes. Es el motor financiero en Zúrich se encuentra la banca internacional) y centro cultural del país, siendo además una ciudad galardonada con el título de ciudad con mayor calidad de vida en el mundo por dos ocasiones consecutivas (Stadt Zúrich, 2014)

Se identifica que el incremento en el sector objeto de estudio, las empresas chocolateras, presentan un índice de crecimiento del 2.3% anual lo que deja ver que la demanda de este producto ha aumentado considerablemente, en cuanto a los gustos y preferencias el consumidor suizo prefiere al cacao ecuatoriano por su calidad, además el consumo per cápita en Suiza es el 11.9 kg h/año lo que lo definen como uno de los países que considerados líderes en cuanto al consumo de cacao en grano a nivel mundial.

Se puede identificar que en Suiza Según datos obtenidos de Trade Map Desde el año 2008, las importaciones se han incrementado en un 26.4% promedio anual, “la evolución de las ventas, el consumo y el comercio exterior de chocolate sigue una tendencia constante al alza (...), este sector no ha sufrido graves daños a

consecuencia de la crisis y se espera que prosiga su crecimiento durante los próximos años". (Ortiz A, 2010, p.11)

Además cada habitante de la Confederación Suiza en cifras concretas consume individualmente 11,9 kilos, equivalente a 6% de aumento con relación a años precedentes (Swissinfo, 2011)

Con lo relacionado a la oferta, existe apoyo por parte del gobierno a las exportaciones de productos como el cacao, no existen barreras arancelarias para las exportaciones, sin embargo se requiere la obtención del certificado de origen mismo que emite ANECACAO y también del certificado fitosanitario, que es emitido por Agrocalidad.

Acuerdo comercial: el principal acuerdo comercial que mantiene Suiza y Ecuador, es el SGP-PLUS el cual brinda la liberación total del pago de aranceles, también se puede mencionar que existen barreras no arancelarias como son normas de etiquetado, las cuales tienen que ser acatadas.

Barreras no Arancelarias: normativa SNV de etiquetado.

3. Resultados y discusión

La producción nacional de cacao en grano en Suiza es casi inexistente por lo que este país tiene suficiente demanda que se puede aprovechar, además las importaciones de este país se las realiza desde países africanos con los cuales el Ecuador tiene una ventaja en cuanto a calidad del cacao, debido a que en el Ecuador se produce cacao fino y de aroma.

El sistema de distribución física internacional planteado es adecuado ya que el precio del producto ofertado desde la provincia del Guayas y el término de negociación DAT hasta Zúrich es competitivo en relación al precio del producto en el mercado internacional

La empresa COMERCADE debe aprovechar la demanda creciente e insatisfecha del producto en Zúrich, haciendo uso de las ventajas en cuanto a preferencias arancelarias y calidad del producto.

4. Tablas

Tabla No 1 Estimación de ventas						
DATOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oferta comercial	2858	3172	3485	3798	4112	4425
Demanda insatisfecha	1022305	1082574	1143239	1204310	1265796	1327706
% De cobertura de la demanda	0.28%	0.29%	0.30%	0.32%	0.32%	0.33%
Frecuencia de envío	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Numero de envíos al año	12	12	12	12	12	12
Tamaño del embarque sacos de cacao	238	264	290	317	343	369
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

Se puede identificar en la tabla (Estimación de ventas) la existencia de demanda insatisfecha en el mercado objetivo.

Tabla No 2 Datos Básicos	
Información básica del producto	
Nombre técnico o comercial del producto	Cacao en grano
Posición arancelaria país de destino	1801.0000
Unidad comercial de venta	sacos de 45.36 kg
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	116.38

Tabla No 3 Información básica del embarque	
País de origen	Guayaquil - Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
País de destino	Suiza
Ciudad de punto de destino	Zúrich
Nº unidades comerciales por embarque	238
Valor inicial del embarque (EXW)	27699
Tipo de unidad de carga	Contenedor
Nº total de embalajes	20
Nº total de unidades de carga	1

Tabla No 4 Información Adicional	
Termino de negociación	DAT
Forma de pago	Carta de crédito
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8.25%
Tasa promedio inflación anual	4.44%
Fuente: Investigación software Visio	
Elaborado por: el autor	

Datos Relevantes.

Valor EXW de la unidad comercial.

Este costo corresponde a 116.38 USD y se refiere al costo de cada saco de cacao en grano en fábrica, sin incluir gastos o costos adicionales.

Número de unidades comerciales por embarque (sacos)

Este valor corresponde al número de sacos que se enviarán a las chocolateras en Zúrich-Suiza cada mes, el cual es de 238 sacos.

Valor inicial del embarque (exw)

Este valor corresponde al valor EXW inicial de cada embarque, el cual es el resultado de multiplicar, el valor de cada saco de cacao en grano (Exw), por la cantidad requerida al mes por las chocolateras, que es de 238 sacos lo que da como resultado 27699 USD.

Tipo y número de envase.

El envase para este producto son sacos de yute, los cuales contienen un estimado de 45.36 Kg y se necesitarán 238 sacos cada mes.

Tabla No 5 Calculo cubicaje Bodega		
Bodega	Pallets (10 sacos cada uno)	
		
Largo mts: 6	Largo mts: 1.20	
Alto mts: 1	Alto mts: 1	
Ancho mts: 8	Ancho mts: 10	
Estimación de espacio por sacos		
Largo	6/1.20	5
Alto	8/1	1
Ancho	1.2/0.8	10
Capacidad total de bodega (largo 5 x Alto 1 x Ancho 10)	50	pallets
Capacidad total de bodega sacos de yute =50 pallets *10	500	sacos
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

Capacidad de la bodega de almacenamiento

Se calcula dividiendo el largo, alto y ancho del espacio destinado de la bodega para el largo, alto y ancho de los pallets, es así que se obtiene el número de pallets para cada área de la bodega, tanto a lo largo, alto y ancho, luego se multiplica estos valores y se obtiene el resultado de la capacidad almacenamiento, es decir el número de pallets que se puede almacenar, son 50 pallets.

Tabla No 6 Cálculo cubicaje Vehículo		
Unidad de carga (sencillo 15 Tn)	Envase (sacos de 45.36 Kg)	
		
Largo mts: 12	Largo mts: 0.45	
Alto mts: 2	Alto mts: 0.75	
Ancho mts: 2,4	Ancho mts: 0.2	
Estimación de espacio		
Largo	12/0.45	16
Alto	2/0.75	5
Ancho	2.4/0.20	10
Capacidad total de la unidad de carga (largo 16 x Alto 5 x Ancho 10)	800	sacos
Restricción de carga= 15 Tn*1000 Kg = 15000 Kg / 45.36 =	355	sacos
Fuente: Investigación		
Elaborado por: el autor		

Capacidad de carga.

Se calcula dividiendo el largo, alto y ancho del vehículo para el largo, alto y ancho de los sacos de yute, es así que se obtiene el número de sacos de yute para cada área del vehículo tanto a lo largo, alto y ancho, luego se multiplica estos valores y se obtiene el resultado de la capacidad de carga del vehículo, es decir el número de sacos de yute que se puede transportar, 800 sacos de yute, pero debido a la restricción de carga se puede cargar 355 sacos

Tabla No 7 Calculo cubicaje Pallet	
Pallet	Envase (sacos de 45.36 Kg)
	
Largo mts: 1.20	Largo mts: 0.45
Alto mts: 1	Alto mts: 0.20
Ancho mts: 0.80	Ancho mts: 0.75
Estimación de espacio	
Largo	1.20/0.45 2
Alto	1/0.20 5
Ancho	0.8/ 0.75 1
Capacidad total de bodega (largo 2 x Alto 5 x Ancho 1)	
10 sacos	
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

Capacidad pallets.

Se calcula dividiendo el largo, alto y ancho del pallet para el largo, alto y ancho de los sacos de yute, es así que se obtiene el número de sacos de yute para cada área del pallet, luego se multiplica estos valores y se obtiene el resultado de la capacidad de apilamiento del pallet, es decir que el número de sacos de yute que se apilar en el pallet que son 10 sacos.

Tabla No 8 Gastos Administrativos proyectados						
Concepto	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Sueldos	21,147	24,795	27,363	30,196	33,324	36,775
Servicios Básicos	240	251	262	273	286	298
Suministros de Oficina	120	125	131	137	143	149
Suministros de Limpieza	180	188	196	205	214	224
Depreciaciones	0	999	999	999	1032	1032
Amortizaciones	0	1000	1000	1000	1000	1000
Total Gastos de Administración	21,687	27,358	29951	32811	35998	39478
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

En la tabla anterior (Gastos Administrativos) referentes al área administrativa de la empresa se detallan y proyectan los sueldos del gerente, secretaria, operador de exportaciones, operarios, guardia, así como los servicios básicos, suministros, como también depreciaciones y amortizaciones que en la propuesta son indispensables para calcular el valor real del producto.

Tabla No 9 Gastos Exportación proyectados						
Concepto	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Documentación	628	656	716	815	970	1,205
Transporte	4,320	4,512	4,712	4,921	5,139	5,367
Manipuleo de embarque	2,400	2,506	2,618	2,734	2,855	2,982
Agentes	2,137	2,232	2,434	2,773	3,299	4,099
Costos bancarios	3,324	3,901	4,282	4,681	5,072	5,469
Capital e inventario - país de origen	94	110	120	131	142	154
Flete internacional	38,400	40,104	41,883	43,742	45,683	47,710
Seguro internacional	10,359	13,324	14,549	15,836	17,111	18,417
Capital e inventario - tránsito internacional	267	310	339	369	398	429
Manipuleo desembarque	2,400	2,424	2,448	2,473	2,497	2,522
Aduaneros (iva)	9,851	11,436	12,488	13,592	14,687	15,808
Total Gastos de Exportación	74,180	81,514	86,589	92,067	97,854	104,161
Fuente: Investigación						
Elaborado por: el autor						

Los gastos de exportación son otro componente que se considera en base del término de negociación DAT, elegido para esta transacción, se los detalla y proyecta en la tabla anterior (Gastos de Exportación)

Tabla No 10 VAN, TIR, PR, C/B	
VAN	70,993
TIR	31.15%
PR	3.93
C/B	1.83
Fuente: Investigación	
Elaborado por: el autor	

Se puede identificar en la tabla (VAN, TIR, PR, C/B), que los datos financieros se consideran factibles, puesto que presentan un Valor Actual Neto de 70,993 usd y una Tasa Interna de Retorno del 31.15% además de un costo beneficio de 1.83, es decir por cada dólar que se invierta se obtendrá 0.83 lo que es beneficioso, al igual, que el Periodo de Recuperación de la Inversión es de 3.9 años.

5. Referencias linkograficas

Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), (2013). *Boletín Anecacao*, hoy en <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/>

Conferencia de Las Naciones Unidas, (2008). *SGP-PLUS Suiza hoy* en https://www.mef.gub.uy/apc/sgp/info_general_suiza.pdf

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (PROECUADOR). (2011). *Análisis sectorial de cacao y elaborado*, Ecuador, hoy en <http://www.proecuador.com>

SWISSLATIN, (2011). hoy en <http://www.swisslatin.ch/economia-0824.htm>