

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA COMERCIO INTERNACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

TEMA:

**“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS
PARA LA EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE FRUTILLA A
BASE DE PANELA GRANULADA BAJO LA CERTIFICACIÓN
FAIR TRADE ORIENTADA AL MERCADO DE SUECIA -
ESTOCOLMO, DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO”**

AUTORA:

JELITZA PAULETTE NOBLECILLA ÁLVAREZ

TUTOR:

ECON. HOLGER BEJARANO COPO

MACHALA

EL ORO

ECUADOR

2016

CESION DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, NOBLECILLA ALVAREZ JELITZA PAULETTE, con C.I. 0705329001, estudiante de la carrera de COMERCIO INTERNACIONAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MERMELEDA DE FRUTILLA A BASE DE PANELA GRANULADA BAJO LA CERTIFICACIÓN FAIR TRADE ORIENTADA AL MERCADO DE SUECIA-ESTOCOLMO, DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO".

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 23 de Mayo del 2016




NOBLECILLA ALVAREZ JELITZA PAULETTE

C.I. 0705329001

RESPONSABILIDAD DE AUTORA

Las ideas, comentarios y criterios expuestos en el presente trabajo son de absoluta responsabilidad de la autora:



JELITZA PAULETTE NOBLECILLA ÁLVAREZ
C.I.: 0705329001

APROBACIÓN DEL TUTOR

ECON. HOLGER BEJARANO COPO

TUTOR

CERTIFICA

Que la presente tesis de grado denominada “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE FRUTILLA A BASE DE PANELA GRANULADA BAJO LA CERTIFICACIÓN FAIR TRADE ORIENTADA AL MERCADO DE SUECIA - ESTOCOLMO, DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO”, elaborado por la egresada JELITZA PAULETTE NOBLECILLA ÁLVAREZ, fue desarrollada bajo mi supervisión y cumpliendo lo establecido en los reglamentos pertinentes, por lo que autorizo su presentación al Honorable Consejo Directivo para los trámites respectivos.



.....
ECON. HOLGER BEJARANO COPO
TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

+



ING. JIMMY GABRIEL DIAZ CUEVA. MBA
Miembro del tribunal.



LCDO. HOLGER BERNARDO LEON GONZALEZ. MGS
Miembro del tribunal.



ING. CARLOS HERNAN MORENO LOAIZA. MBA
Miembro del tribunal.

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios por bendecirme siempre, a mis padres Noblecilla Maldonado Manuel de Jesús y Álvarez Brito Vicky Maritza quienes han sido siempre el pilar fundamental de mi vida, por brindarme todos estos años su apoyo y su amor incondicional; por todo el esfuerzo y sacrificio que el día de hoy se ven valorados y reflejados ; por todos los consejos y valores que han inculcado en mi vida los cuales me han permitido llegar a cumplir una de mis metas tan anhelada como es obtener mi título universitario.

A mis hermanos Illescas Álvarez Lizeth Massiel , Noblecilla Álvarez Sharon Nahir y Noblecilla Álvarez Manuel Leonardo por apoyarme siempre y darme las fuerzas y ánimos necesarios para seguir en pie de lucha por conseguir mi tan ansiado título de Ingeniera en Comercio Internacional.

Jelitza Paulette Noblecilla Álvarez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Machala, y a todas las personas que hicieron posible de poder culminar la tesis con éxito; a mis familiares por su amor, y apoyo incondicional.

De manera especial agradecer a mi tutor ECON. HOLGER BEJARANO COPO por su colaboración en la realización y culminación del presente trabajo, y sobre todo por brindarme su ayuda aportando con sus conocimientos y experiencia para llevar a cabo todas las actividades propuestas para el desarrollo del Trabajo de Titulación.

A todos los docentes por brindarnos sus conocimientos y consejos en las aulas de nuestra querida Facultad de Ciencias Empresariales.

Jelitza Paulette Noblecilla Álvarez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	1
RESPONSABILIDAD DE AUTORA.....	3
APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	4
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
ÍNDICE DE CONTENIDOS	8
ÍNDICE DE CUADROS	14
ÍNDICE DE GRÁFICOS	15
ÍNDICE DE ANEXOS	16
GLOSARIO	17
RESUMEN EJECUTIVO.....	18
CAPÍTULO I	20
1. EL PROBLEMA.....	21
1.1. Tema de investigación	21
1.2. Planteamiento del problema.....	21
1.2.1. <i>Contextualización</i>	21
1.2.2. <i>Análisis crítico</i>	22
1.2.3. <i>Prognosis</i>	23
1.2.4. Formulación del problema central	25
1.2.5. <i>Preguntas directrices</i>	25

1.2.6.	Delimitación del objeto de Investigación	25
1.3.	Justificación	26
1.4.	Objetivos	28
1.4.1.	<i>Objetivo central</i>	28
1.4.2.	<i>Objetivos complementarios</i>	28
CAPÍTULO II.....		29
2.	MARCO TEÓRICO.....	30
2.1.	Antecedentes investigativos.....	30
2.2.	Fundamentación filosófica.....	30
2.3.	Fundamentación legal	30
2.4.	Categorías Fundamentales	32
2.4.1.	<i>Constelación de ideas</i>	33
2.4.2.	Fundamentación científica de la variable independiente	34
2.4.2.1.	<i>Insumo</i>	34
2.4.2.2.	<i>Comercialización</i>	34
2.4.2.3.	<i>Inversión</i>	34
2.4.2.4.	<i>Exportación</i>	35
2.4.3.	Fundamentación científica de la variable dependiente	35
2.4.3.1.	<i>Agroindustria</i>	35
2.4.3.2.	<i>Producto</i>	35
2.4.3.3.	<i>Mercado potencial</i>	36
2.5.	Marco teórico contextual	36
2.5.1.	<i>La frutilla o fresa</i>	36
<i>Alimentación y nutrición</i>		37
<i>El Fruto</i>		37
<i>La planta</i>		38
100 gramos de frutillas contienen:.....		39

Una porción, o una taza de frutillas contienen 200 gramos:.....	39
2.5.2. <i>Panela granulada</i>	40
¿Por qué la panela es la mejor opción?.....	40
2.5.3. <i>Certificación FAIRTRADE</i>	41
<i>Los criterios</i>	41
<i>Precios FAIRTRADE</i>	42
<i>La prima FAIRTRADE</i>	42
<i>Productos FAIRTRADE</i>	43
2.6. Hipótesis central.....	43
2.7. Señalamiento de las variables	43
CAPÍTULO III.....	44
3. METODOLOGÍA	45
3.1. Enfoque	45
3.2. Modalidad Básica de la Investigación	45
3.3. Nivel o Tipo de investigación	45
3.4. Universo y Muestra.....	46
3.5. Operacionalización de las variables.....	47
3.6. Recolección de Información	49
3.7. Procesamiento y análisis	49
CAPÍTULO IV	50
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	51
4.1. Análisis e interpretación de la revisión de archivos realizada al universo investigativo.....	51
CAPÍTULO V.....	54
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
5.1. Conclusiones	55
5.2. Recomendaciones	56

CAPÍTULO VI	57
6. PROPUESTA.....	58
6.1. Datos de información	58
6.1.1. <i>Tema:</i>	58
6.1.2. <i>Institución</i>	58
6.1.3. <i>Beneficiarios:</i>	58
6.1.4. Ubicación sectorial de la empresa.....	58
6.1.5. <i>Equipo técnico responsable</i>	59
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	59
6.3. Justificación	60
6.4. Objetivos	61
6.4.1. <i>Objetivo General</i>	61
6.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	61
6.5. Diseño del plan de negocios	62
6.5.1. Países importadores más importantes (preparaciones de hortalizas frutas u otros frutos o demás partes de plantas)	62
6.5.2. Análisis y selección de los mercados potenciales	63
6.6. Características del mercado de Suecia	64
<i>Suecia</i>	64
6.6.1. <i>Aspectos Generales</i>	65
6.6.1.1. <i>Principales ciudades</i>	68
6.6.1.2. Relaciones Internacionales y Regionales.....	69
Postura de la Unión Europea con respecto al Comercio Global.....	71
Acuerdos Comerciales de la Unión Europea con Latinoamérica	72
El Portal de Libre comercio de Suecia u Open Trade Gate Sweden	73
6.6.1.3. Principales sectores de la economía.....	73
<i>Agrícolas y de consumo</i>	74

<i>Industriales y de servicios</i>	75
<i>El sector exterior</i>	76
6.6.1.4. Tratamiento de las importaciones	76
<i>Certificados Sanitarios</i>	78
6.6.1.5. <i>Requisitos arancelarios</i>	78
6.6.1.6. Requisitos técnicos para los productos (para arancelarios)	79
6.6.1.7. <i>Requisitos del comprador</i>	80
<i>Certificaciones</i>	81
Condiciones de compra y condiciones de pago	83
6.7. Estudio de mercado	83
6.7.1. Metodología modelo operativo	83
6.7.2. Nandina para exportar mermelada de frutilla a base de panela granulada ..	83
6.7.3. <i>Logística</i>	84
6.7.4. Modalidad de transporte desde Ecuador a Suecia.....	84
Tiempo de tránsito marítimo aproximado	85
6.7.5. Medios de transporte disponibles en Suecia	85
<u><i>Vía Marítima</i></u>	86
<u><i>Vía Terrestre</i></u>	88
<u><i>Vía ferroviaria</i></u>	88
<u><i>Vía aérea</i></u>	89
6.7.6. <i>Perfil del consumidor</i>	90
6.7.7. Tendencias y preferencias del consumidor	91
6.7.8. Canales de distribución para las mercancías.....	92
6.7.9. <i>Mercado potencial</i>	92
6.7.10. <i>Mercado meta</i>	93
6.7.11. <i>El producto</i>	94
<i>Cadena de valor de la frutilla</i>	94

6.7.12.	<i>Demanda</i>	94
	<i>Consumo per-cápita de frutilla</i>	94
	<i>Demanda insatisfecha</i>	95
6.7.13.	<i>Paletización</i>	96
6.7.14.	<i>Containerización</i>	96
6.7.14.1.	<i>Envase</i>	97
6.7.14.2.	<i>Empaque y/o embalaje</i>	97
6.7.14.3.	<i>Etiquetado</i>	97
	Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	98
6.7.15.	Intercambio comercial de Suecia	98
6.7.15.1.	Principales productos y destinos de exportación	98
6.7.15.2.	Los principales socios comerciales de Suecia	100
6.7.15.3.	Principales productos importados por Suecia	100
6.7.15.4.	Principales productos exportados por Ecuador a Suecia	101
6.7.15.5.	Productos ecuatorianos con potencial en el mercado sueco	103
6.7.15.6.	Productos de prohibida importación	104
6.7.16.	Balanza comercial entre Ecuador y Suecia	104
6.8.	Requisitos aduaneros de exportación	105
6.8.1.	Obtención del registro de exportador	105
6.8.2.	<i>Proceso de exportación</i>	105
6.8.3.	Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica TOKEN	107
6.8.4.	Requisitos para Obtener Certificados de Origen	107
6.9.	Fundamentación	108
6.10.	Administración	108
6.10.1.	<i>Evaluación Social</i>	109
6.10.2.	<i>Evaluación Ambiental</i>	110

6.11.	Marca Del Producto	110
6.12.	Resultados Esperados de la Propuesta	111
	<i>Bibliografía</i>	112
	ANEXOS	114

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro.1	Árbol de problemas	24
Cuadro.2	Variable independiente	47
Cuadro.3	Variable dependiente.....	48
Cuadro.4	Comercialización	51
Cuadro.5	Agroindustria	51
Cuadro.6	Inversión.....	52
Cuadro.7	Producto	52
Cuadro.8	Exportación	53
Cuadro.9	Mercado potencial.....	53
Cuadro.10	Mercados potencial	62
Cuadro.11	Países importadores de acuerdo al sector industrial.....	63
Cuadro.12	Principales ciudades	69
Cuadro.13	Requisitos arancelarios	78
Cuadro.14	Consumo per-cápita de frutas	95
Cuadro.15	Demanda insatisfecha	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico.1 Categorías Fundamentales	32
Gráfico.2 Constelación de ideas de la variable independiente	33
Gráfico.3 Ubicación sectorial	59
Gráfico.4 Partida arancelaria	83
Gráfico.5 Tiempo de tránsito marítimo aproximado	85
Gráfico.6 Mercado potencial	93
Gráfico.7 Mercado meta	93
Gráfico.8 Cadena de valor de la frutilla.....	94
Gráfico.9 Paletización.....	96
Gráfico.10 Containerización.....	96
Gráfico.11 Empaque y/o embalaje.....	97
Gráfico.12 Principales productos y destinos de exportación.....	99
Gráfico.13 Principales socios comerciales de Suecia.....	100
Gráfico.14 Principales productos importados por Suecia.....	100
Gráfico.15 Principales productos exportados por Ecuador a Suecia	102
Gráfico.16 Productos ecuatorianos con potencial en el mercado sueco	103
Gráfico.17 Balanza comercial bilateral	104
Gráfico.18 Balanza comercial Ecuador Suecia 03 - 2015	104

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO "A" CUADRO DE INVERSIONES	115
ANEXO "B" CAPITAL DE OPERACIONES O TRABAJO.....	115
ANEXO "C" INGRESOS DEL PROYECTO	115
ANEXO "D" COSTOS DE PRODUCCIÓN	116
ANEXO "D1" COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	116
AÑEXO "D2" MATERIA PRIMA O MATERIALES DIRECTOS	116
ANEXO "D3" MANO DE OBRA DIRECTA	116
ANEXO "E" GASTOS ADMINISTRATIVOS	117
ANEXO "F" GASTOS DE VENTAS	118
ANEXO "G" ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	120
ANEXO "H" ESTADO DE RESULTADO	120
ANEXO "I" RATIOS (ÍTEM) FINANCIEROS	121
ANEXO "J" ESTADO DE SITUACIÓN FINAL.....	121
ANEXO "K" PUNTO DE EQUILIBRIO	122
ANEXO "L" NIVELACIÓN DEL PROYECTO	122
ANEXO "M" GRÁFICO INTERNO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	123
ANEXO "N" ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.....	124
ANEXO "O" FLUJO DE CAJA PROYECTADO	125
ANEXO "T" GASTOS DE EXPORTACIÓN	126
ANEXO "S1" VAN- TIR-RBC.....	127

GLOSARIO

DAE: Es un formulario en el que se registrarán las exportaciones que cualquier persona desee realizar, La Exportación se debe presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación

Documento de embarque (bill of lading): Documento que acredita la recepción de mercancías a bordo para ser trasladada desde un punto de partida hacia un punto de destino, en el que se especifican las informaciones de la mercancía exportada o importada. Es un contrato, un comprobante entre el exportador e importador con el transportista marítimo.

Certificado de origen: El certificado de origen preferencial es el documento que acredita que un producto de exportación cumple los criterios de origen, según el destino, para ser considerado originario de un territorio y obtener un trato arancelario preferencial.

Factura comercial: Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurara los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.

Packing list: Es el documento en el cual los artículos embalados se encuentren detallados por bultos, con la respectiva indicación de las unidades contenidas en cada uno y, su contenido, es comparado con el de otros documentos como la factura comercial y el conocimiento de embarque. El formato del formulario que presentamos es un formato típico, pudiendo, cada empresa tener su propio formato.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis lleva la realización de una propuesta basada en el desarrollo de la investigación y el análisis de los diversos aspectos que se determinaron durante el desarrollo de la misma, por ende el presente tema se divide en cinco capítulos que se detallan a continuación:

El **Capítulo I** denominado **Definición del Problema**; en este apartado se postula la descripción de la situación problemática, la justificación del tema propuesto, se establece el planteamiento del problema, el respectivo análisis del árbol de problema que se obtuvo en base al tema de la tesis, y consigo se genera la formulación de los problemas tanto central como los específicos, y en base a esto se postula los objetivos central y específicos que se desean llegar a concluir con la realización de la tesis.

En el **Capítulo II** designado **Marco Teórico**, el mismo que consta de dos partes la primera que es el Marco Teórico Conceptual donde constan los conceptos de lo que es insumo, comercialización, inversión, exportación, agroindustria, producto y mercado potencial. La segunda parte de este Capítulo es el **Marco Teórico Contextual**; donde se detalla la parte esencial del tema de tesis con la que se trabajara y corresponde a la frutilla o fresa, alimentación y nutrición, el fruto, la planta, 100 gramos de frutillas contienen, una porción, o una taza de frutillas contienen 200 gramos, panela granulada, ¿por qué la panela es la mejor opción?, certificación FAIRTRADE, los criterios, precios FAIRTRADE, la prima FAIRTRADE, productos FAIRTRADE, la hipótesis central y señalamiento de las variables.

El siguiente apartado es el **Capítulo III** nombrado la **Metodología**; en esta sección se detalla los tipos de investigación la selección y extracción de la muestra, las técnicas de la recolección de datos y los métodos empleados para recopilar la información.

El **Capítulo IV** titulado **Análisis e interpretación de resultados**; trata acerca del análisis e interpretación de los resultados, que una vez presentados, se aplica un análisis y se los presenta en cuadros para su mejor comprensión. El capítulo consta del análisis de los resultados de la revisión de archivos realizada al universo investigativo.

El **Capítulo V** titulado **Conclusiones y recomendaciones**, donde se procede a la redacción de las conclusiones del capítulo anterior y posteriormente las recomendaciones.

Y por último en el **Capítulo VI** que se denomina **La Propuesta**; el mismo que consta de los siguientes puntos datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de la factibilidad, Fundamentación, metodología, modelo operativo, Administración, previsión de la evaluación y el cronograma de actividades.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema de investigación

“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE FRUTILLA A BASE DE PANELA GRANULADA BAJO LA CERTIFICACIÓN FAIR TRADE ORIENTADA AL MERCADO DE SUECIA - ESTOCOLMO, DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO”

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

Al momento de su independencia política, el Ecuador es un país fundamentalmente agrícola.

La frutilla como fruta seductora y sumamente deliciosa cautivó a los agricultores del ecuador provincias de la Sierra: al norte de Pichincha, Imbabura, Tungurahua y parte del Azuay, a transformar sus campos en los reductos de esta fruta gruesa, brillante y de apariencia fresca. La mayor producción se concentra en Pichincha y su producción va a los mercados de Quito, Guayaquil y otras provincias de la Costa.

El mercado mundial su producción es relevante con un alrededor de 2.5 millones de toneladas; especialmente en los países de, Estados Unidos, con más del 27,1% de la producción mundial de frutillas o fresas, España, Polonia, Japón, Italia, Rusia y Corea que son los mayores productores. España es el mayor país exportador de frutillas en Europa y el segundo por producción mundial, detrás de los Estados Unidos. Es decir los países donde existe mayor demanda de la fruta son los europeos.

Ecuador en los últimos años la superficie plantada se ha incrementado, pasando de 125 hectáreas (año 2003) a 250 ha. (2007), lo que implica una tendencia de crecimiento anual de entre el 20 y el 30%.

Sin embargo, en el país no existen plantaciones extensivas para la exportación. Aun así, el 60% se destina al consumo nacional y el resto se exporta, en almíbar o fresca, a EUA, España y los Países Bajos.

Por los exportadores ha sido muy difícil , debido a los altos aranceles de los estados, las restricciones aduaneras, el dólar barato, son solo unos cuantos de los problemas, que desalienta la inversión extranjera, la mayoría prefiere ir a lo seguro e invierte en otro tipo de negocio.

Con la presente investigación se pretende conocer más sobre la exportación de productos no tradicionales y su demanda, especialmente la venta del producto antes mencionado y su comercialización, así conoceremos los factores que influyen en su totalidad hacia el mercado internacional que abarca.

1.2.2. Análisis crítico

Con la diversa identificación de los diferentes sectores de producción a escalas elevadas se ha podido establecer muchos productos de gran rendimiento o de siembra expansiva, en algunos casos como el de la frutilla no se ha previsto la siembra perpetua de la fruta, una razón de ello es que su rendimiento ha sido excelente hasta cuando fue golpeada por el invierno y los cambios climáticos, y no hasta hace poco que su producción se regularizo, trayendo consigo un incremento en el rendimiento de la producción, pese a ello no se han efectuado propuestas para su procesamiento y de esa manera mejorar su rendimiento, aporte económico y sostenibilidad, esto puede estar sucediendo por algunas razones entre las que podemos mencionar:

- ▶ La gran producción y comercialización de frutilla en estado natural genera un estado de confort en los productores por su estabilidad monetaria temporal debido al buen tiempo de la fruta.
- ▶ La reducida inversión que efectúa el sector productor de frutilla para el procesamiento de la misma materia prima acorta las posibilidades de ampliar el intercambio comercial.
- ▶ La escasa exportación de productos procesados de frutilla reduce la presencia de productos ecuatorianos en el mercado internacional, mayormente si no hay una gama de productos.

1.2.3. Prognosis

De acuerdo a los modelos a seguir para obtener resultados que se respalden en un estudio que le permita a determinada idea o inversión a efectuar como una promesa futura de ingresos tenga resultados previstos se propone realizar un plan de negocios que permita aprovechar de mejor manera la producción de frutilla con el propósito de producir o elaborar un producto que pueda mantenerse por mucho más tiempo para ser consumido; este estudio es de vital importancia, ya que con él incluso se podrá establecer la capacidad productiva la cantidad de producto a exportar, los países con los que posteriormente se podrá negociar entre otras cosas; de llevarse a cabo podría resultar en un fracaso rotundo la posible inversión.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Cuadro.1



Elaborado por: La Autora

1.2.4. Formulación del problema central

¿Cuáles son las causas que ocasionan el desaprovechamiento de la frutilla y la panela granulada como insumos para la elaboración de mermelada, generando consigo un déficit productivo en la elaboración de productos procesados?

1.2.5. Preguntas directrices

- ▶ ¿A qué se debe la gran producción y comercialización de frutilla en estado natural que influye en el desarrollo del sector agroindustrial y la elaboración de otros productos procesados?
- ▶ ¿Cuáles son las causas de la reducida inversión efectuada por el sector productor de frutilla para el procesamiento de la materia prima, afectando la oferta de productos con valor agregado?
- ▶ ¿Cómo influye la exportación de productos procesados como en el caso de la frutilla en la apertura e intercambio comercial con nuevos mercados potenciales?

1.2.6. Delimitación del objeto de Investigación

Campo: Comercio Internacional.

Línea temática investigación: Diseño de planes de negocios de exportación, para promover, comercialización y posicionar empresas en mercados no tradicionales.

Área: Elaboración y exportación.

Aspecto: Elaboración de mermelada de frutilla a base de panela granulada.

Espacial: Provincia El Oro – Machala.

Temporal: 2013-2014.

1.3. Justificación

En la actualidad para emprender un negocio se necesita de un plan el cual les indica a los gestores el camino a seguir, para lograr el éxito de su ejecución, y posicionarse en los mercados internacionales.

A raíz del surgimiento de las principales exportaciones en el Ecuador, que se encuentra encabezada por una variedad de productos no petroleros se ubican las frutillas, la misma que se caracteriza por ser una moderna fruta grande, en todo cultivo la elección de la variedad a cultivar constituye el paso fundamental para conseguir los mejores niveles de productividad. En el caso particular de la fresa o frutilla la renovación de variedades ha caminado muy rápidamente gracias al avance y progreso en el conocimiento de la genética de la especie y a la introducción inmediata de nuevas variedades que han sido sometidas a su adaptación a los diferentes medios ecológicos.

Es un fruto múltiple denominado botánicamente “etéreo”, cuyo receptáculo constituye la parte comestible.

El receptáculo maduro tiene hasta 5 cm. de diámetro de formas achatadas, globosa, cónica alargada, cónica alargada con cuello, en cuña alargada y en cuña corta. Su color puede ser rosado, carmín, rojo o púrpura. El receptáculo ofrece una gran variedad de gustos, aromas y consistencia que caracterizan a cada variedad.

Los aquenios, llamados vulgarmente semillas, son frutos secos indehiscentes, insembrados de aproximadamente 1 mm de largo que se encuentran insertados en la superficie del receptáculo o en pequeñas depresiones más o menos profundas denominadas criptas, el color de los aquenios puede ser amarillo, rojo, verde o marrón.

Un fruto mediano suele tener de 150 a 200 aquenios, pudiendo llegar hasta 400 en los frutos de gran tamaño. En el segmento industrial, la implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad lleva a que las empresas puedan ofrecer mayores grados de confiabilidad sobre el producto comercializado, con lo que los compradores extranjeros han comenzado a considerar a Ecuador entre sus proveedores habituales.

El mejor perfil de las exportadoras ha permitido a algunas compañías cubrir segmentos de la demanda más cercanos al consumidor final, con lo cual el escaso margen que limitaba las posibilidades comerciales de esta especie, ha sido superado con éxito.

Lo anterior se traduce en mayores volúmenes despachados y mejores márgenes de ventas.

Parte del cuidado en el sembrío, es el uso de fertilizantes o fungicidas que se recomienda, sean el denominado sello verde.

Las expectativas, en un comienzo, apuntaban al control del mercado interno, pero luego de lograr una capitalización, sus planes se enfocan a exportar la fruta congelada. La meta es lograrlo en junio del 2000 a los Estados Unidos. Actualmente, Agrícola Sumergidle, distribuye su producto en almacenes de cadena como Supertaxi, heladerías restaurantes y también venden a terceros que luego se encargan de la comercialización.

Contrastando la oferta ecuatoriana respecto de los volúmenes que se comercializan internacionalmente, se puede prever a prioridad que existiría un amplio espacio para que esta actividad siga creciendo. Para ello es condición necesaria que los niveles de excelencia de los productos que se despachan, como asimismo que los costos con que opera la industria, sigan siendo adecuados a los requerimientos del mercado.

He aquí la relevancia de objeto de estudio que se orienta a investigar la necesidad de llevar a cabo un diseño de estrategias de mercado para posicionar la mermelada de frutilla a base de panela granulada en el mercado internacional, en una empresa agro comercio.

Es por ello considero imperioso y substancial esbozar el **“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE FRUTILLA A BASE DE PANELA GRANULADA BAJO LA CERTIFICACIÓN FAIR TRADE ORIENTADA AL MERCADO DE SUECIA - ESTOCOLMO, DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO”**, lo cual llevará el fortalecimiento e impulso de esta empresa haciéndola más competitiva e innovadora y confiabilidad en sus clientes de consumir el producto, con la aplicación de nuevas técnicas de posicionamiento de mercado.

El presente tema no ha sido abordado en su totalidad, por lo tanto he decidido proponerlo puesto que los resultados que obtendremos con esta investigación aportaran a la consecución de un mejor posicionamiento de la empresa.

Cabe recalcar que el tema a desarrollar esta alineado a todos los reglamentos que la Facultad de Ciencias Empresariales estipula para llevar a cabo dichos proyectos.

Del mismo modo hago referencia que para la elaboración del presente proyecto considero una implacable búsqueda teórica sobre el tema de estudio, que simultáneamente con los conocimientos básicos que en los años de estudio he adquirido pongo de notorio la resolución del mismo.

El trabajo de investigación se enmarca en las líneas de investigación de Comercio Internacional que contemplan: Diseño de un plan de negocios de exportación para promover comercialización y posicionar empresas en mercados no tradicionales.

Por todo lo antes expuesto y con la aprobación del presente proyecto de investigación quien participa en el presente trabajo iniciará con los trabajos pertinentes.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo central

Desarrollar unidades de negocio que permitan aprovechar la excelente producción de insumos como la frutilla y la panela granulada para la elaboración de productos procesados o con valor agregado como la mermelada.

1.4.2. Objetivos complementarios

- ▶ Equilibrar la producción y comercialización de frutilla en estado natural combinándola con productos procesados, contribuyendo así con el desarrollo del sector agroindustrial.
- ▶ Promover la inversión del sector productor de frutilla para el procesamiento de la materia prima con el propósito de mejorar e incrementar la oferta de productos con valor agregado.
- ▶ Mejorar la exportación de productos procesados elaborados a base de frutilla y panela granulada con el propósito de abrir nuevos mercados potenciales a nivel internacional.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Tema: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS DE FRUTILLA EN LA CIUDAD DE AZOGUES”.

Autor: García Cajamarca Gabriela Liliana y Oliveros Lituma Nube Tatiana.

Objetivo: Determinar la factibilidad para la producción y comercialización de conservas de frutilla en la ciudad de Azogues.

Lugar: Azogues – Ecuador.

2.2. Fundamentación filosófica

El presente trabajo de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la exportación de mermelada de frutilla a base de panela granulada, se considera un paradigma positivista debido a que se ve enfocado exclusivamente a una población selecta de productores que son considerados un prototipo cuantitativo, con el abastecimiento del producto para su procesamiento y consumo final.

En el ambiente social es de gran importancia la interacción social de los inversionistas, que permite establecer mejores relaciones en un sector empresarial y laboral para un desarrollo de la provincia y del Ecuador.

2.3. Fundamentación legal

Código de la Producción Ecuador COPCI

“Art. 2.- Actividad Productiva.-

Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.-

El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades inversiones productivas orientada a la realización del buen vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva facilitando la aplicación de instrumento de desarrollo”. (COPCI, 2010)

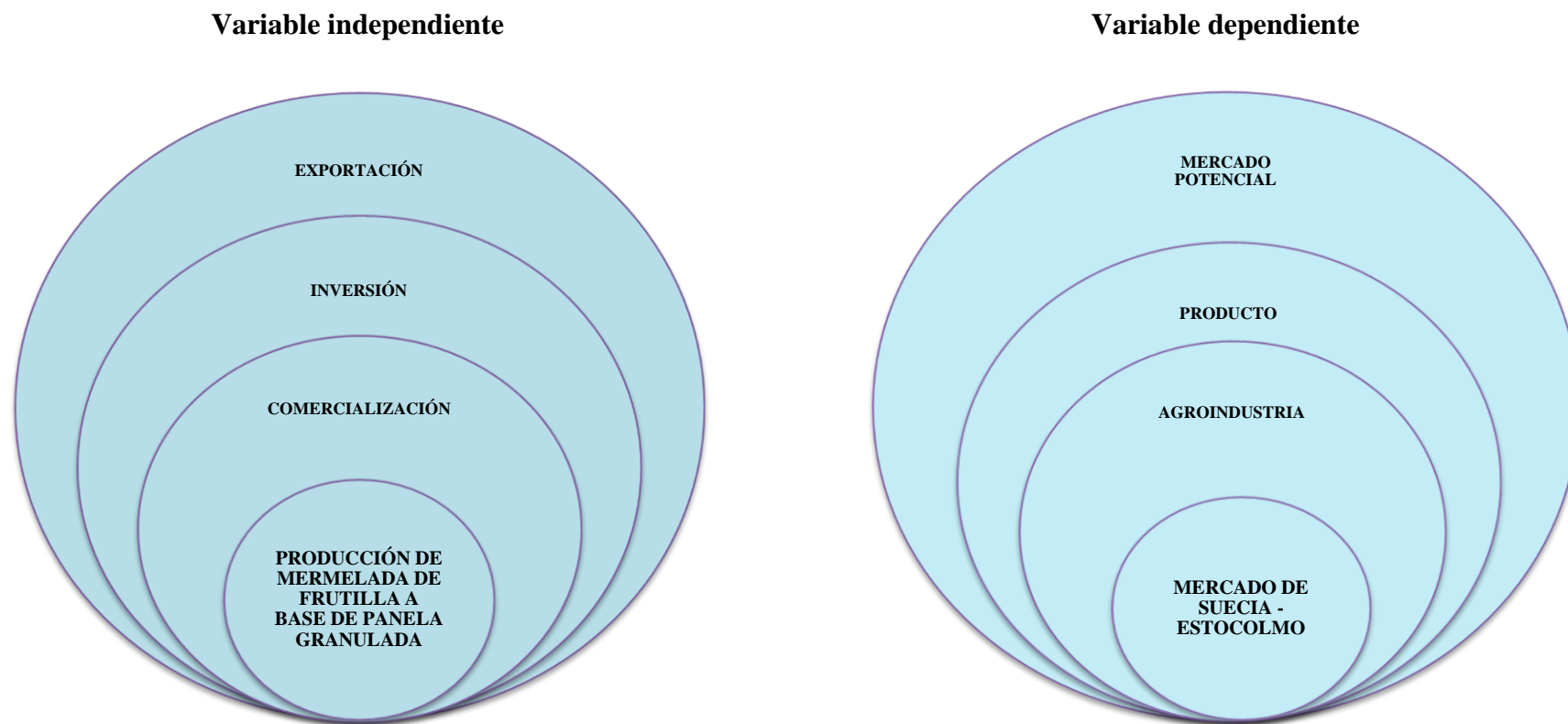
Ley de comercio exterior e inversiones "LEXI"

“Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones”. (LEXI, 2014)

2.4. Categorías Fundamentales

Gráfico.1

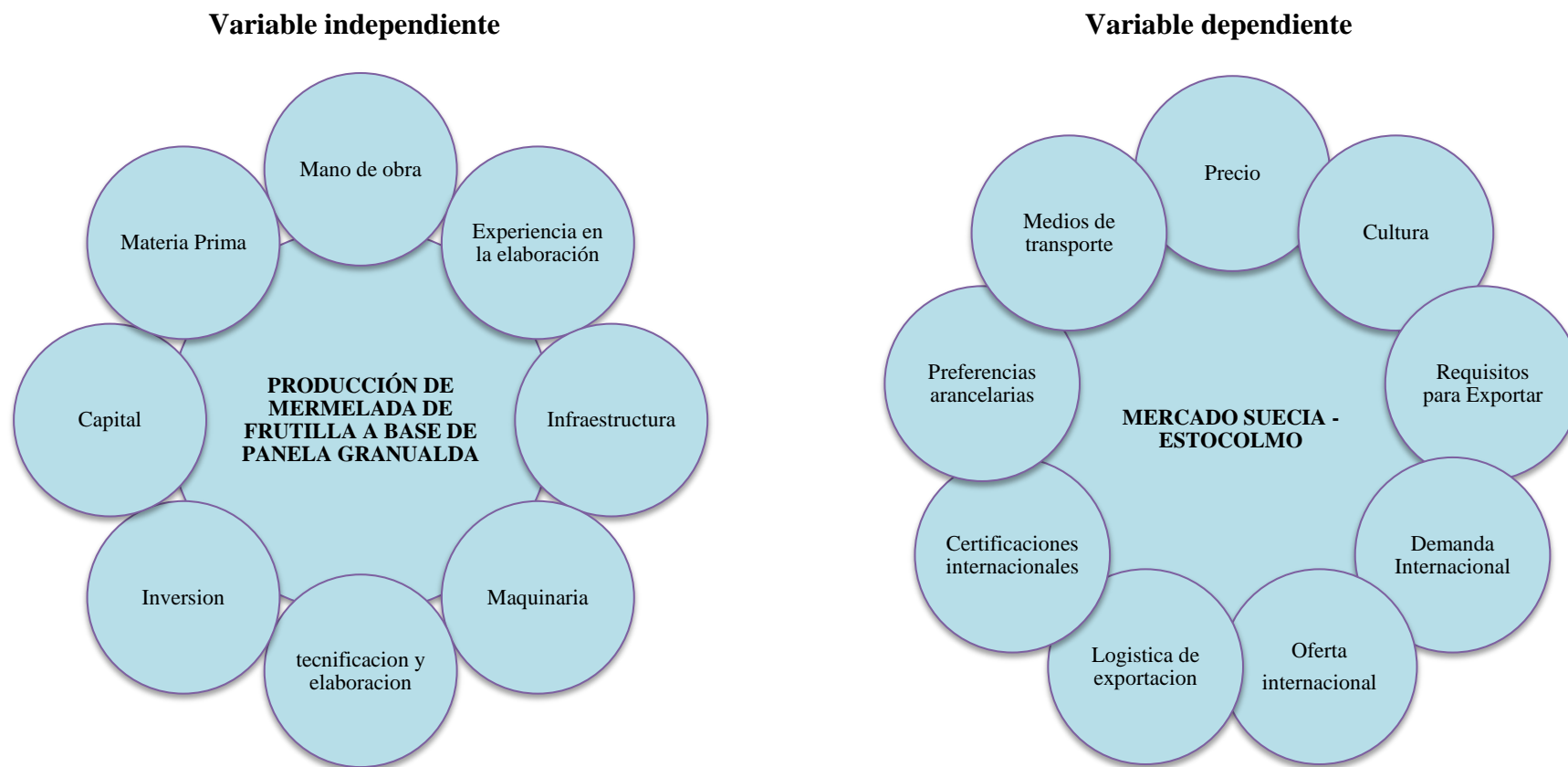


Elaborado por:

La Autora

2.4.1. *Constelación de ideas*

Gráfico.2



Elaborado por: La Autora

2.4.2. Fundamentación científica de la variable independiente

2.4.2.1. Insumo

“Insumo es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. De acuerdo al contexto, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción.

Por sus propias características, los insumos suelen perder sus propiedades para transformarse y pasar a formar parte del producto final. Puede decirse que un insumo es aquello que se utiliza en el proceso productivo para la elaboración de un bien. El insumo, por lo tanto, se utiliza en una actividad que tiene como objetivo la obtención de un bien más complejo o diferente, tras haber sido sometido a una serie de técnicas determinadas”. (MIDEFINICIÓN.DE, 2008)

Criterio: Un insumo es todo aquello que puede ser utilizado para la elaboración de un producto más terminado o con mayor valor agregado.

2.4.2.2. Comercialización

“Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean”. (DEFINICIÓNABC, 2007)

Criterio: Es toda actividad o esfuerzo realizado por una empresa o persona que tiene como propósito conseguir ventas.

2.4.2.3. Inversión

“Es aquella parte de la producción que no se destina al consumo inmediato sino a la producción de nuevos bienes de consumo o de nuevos bienes de capital. En este sentido es equivalente a la acumulación de activos físicos. El fin de la inversión es mantener e incrementar la producción de bienes de consumo, para lo cual es necesario reponer el Stock de capital que se gasta en el proceso de producción, además de incrementar dicho Stock”. (ECO-FINANZAS, 2013)

Criterio: Es la capacidad de capital que se destina a la producción de bienes o incremento de la misma.

2.4.2.4. *Exportación*

“La exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país. Este tráfico puede generar numerosos y variados fenómenos fiscales dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometido a diversas legislaciones y puede estar sometido a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino”. (COMUNIDAD FOREX, 2013)

Criterio: Es la salida de mercancía del territorio nacional, hacia el exterior y puede estar sometido a ciertas acuerdos específicos que concretan la llegada de las mismas al país de destino.

2.4.3. *Fundamentación científica de la variable dependiente*

2.4.3.1. *Agroindustria*

“Se puede decir que agroindustrias o empresa agroindustrial es una organización que participa directamente o como intermediaria en la producción agraria, procesamiento industrial o comercialización nacional y exterior de bienes comestibles o de fibra.

El concepto de agroindustria agrupa a todos los participantes en la industria agraria, que no sólo son los proveedores de tierra, capital y trabajo, sino también a las instituciones del mercado para la comunicación y movimiento de los artículos, así como a las instituciones y mecanismos de coordinación entre sus componentes”. (AGROINDUSTRIA.PERÚ)

Criterio: La agroindustria se deriva de la industria en sí y su diferencia es que participa conjuntamente con el sector agropecuario, que es el principal proveedor de las materias primas para la elaboración de productos terminados o semi-terminados.

2.4.3.2. *Producto*

“Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (Sin

embargo), el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo". (Kotler, y otros, 2006)

Criterio: El producto es una de las fuerzas que mueve al mercado, y para el o los consumidores un producto debe satisfacer sus necesidades o deseos, independientemente de lo que pueda ser comercializado.

2.4.3.3. *Mercado potencial*

Está conformado por toda la sociedad que además de desear un servicio, tienen el poder de adquisición, por lo tanto depende también de la situación económica del país. Es aquel mercado conformado por el conjunto de clientes que no consume el producto que se desea ofrecer, debido a que no tienen las características exigidas por el segmento al que se desea vender, entonces consumen otro producto, le compran a la competencia, ya sea uno similar o un sustituto o sencillamente no consumen por temor a ver afectado su salud (MARKETING, 2009).

Criterio: Es el mercado que no produce el bien o servicio que desea ofrecer por tanto si su situación económica es aceptable comprara el producto ofrecido.

2.5. Marco teórico contextual

2.5.1. *La frutilla o fresa*

“La fresa es un fruto de color rojo brillante, succulento y fragante que se obtiene de la planta que recibe su mismo nombre. En Occidente es considerada la "reina de las frutas". Además de poderse comer cruda se puede consumir como compota, mermelada, Es empleada con fines medicinales ya que posee excelentes propiedades que ayudan a preservar la salud.

Alimentación y nutrición

Las fresas son muy apreciadas por su agradable aroma y efecto estimulante del apetito. Son fácilmente digestibles y tienen un gran efecto laxante debido a su fibra, pigmentos, ácidos y enzimas. Su riqueza en minerales básicos le confiere la propiedad de estimular el metabolismo.

El Fruto

La fresa es un fruto de color rojo brillante, succulento y fragante que se obtiene de la planta que recibe su mismo nombre. En Occidente es considerada la "reina de las frutas". Además de poderse comer cruda se puede consumir como compota, mermelada, Es empleada con fines medicinales ya que posee excelentes propiedades que ayudan a preservar la salud.

La fresa (*Fragaria vesca*) creció durante mucho tiempo espontáneamente en los bosques llegando a tardar en realizarse su cultivo por ser una fruta muy frágil y porque para obtener una cosecha máxima de un mes al año era necesaria una ocupación permanente del suelo.

El fruto comestible se denomina vulgarmente "eterio". Se trata de un falso fruto formado por el receptáculo, en el que se hallan los aquenios (pepitas), pequeños y de color claro en la parte expuesta a la sombra y rojizo oscuro la expuesta al sol. Los aquenios pueden estar hundidos, superficiales o sobresalientes de la pulpa. También pueden ser muy o poco numerosos. Los sobresalientes aumentan la resistencia de la superficie, pero durante el lavado se desprenden muchos de ellos. Generalmente, el consumidor prefiere el fruto con pocos aquenios ya que éstos suponen el inconveniente de quedarse entre los dientes al ser mordidos.

La parte central del fruto o "corazón" puede estar muy o poco desarrollada y puede haber frutos con el "corazón vacío". Ello es un carácter negativo. Los frutos pueden ser de varias formas, según el cultivar: cónicos, cónico-alargado, cónico-redondeado, esferoidales, oblatos, reniformes (forma de riñón).

Se suele recoger a principio del verano. Generalmente, las fresas silvestres son de menor tamaño que las cultivadas, pero su sabor y aroma es mejor y más agridulce.

Las fresas y los fresones son poco calóricos. Su valor energético por 100 g de peso de fruto fresco comestible oscila entre 27 y 34 kcal. Después del agua, su principal constituyente son los hidratos de carbono. La fructosa significa prácticamente la mitad de sus glúcidos y el resto es glucosa en su mayor parte. Posee un bajo porcentaje de proteínas. Esta baya constituye una excelente fuente de vitamina C.

Esta fruta es fácilmente digestible y ejerce un gran efecto laxante. Sus contraindicaciones son escasas, tan sólo deberán consumirlas con prudencia las personas con patologías estomacales debido a su acidez. Cuando estos frutos se consumen en compota o mermelada pierden muchas de sus propiedades nutritivas.

Si las fresas están maduras se suelen consumir crudas, con yogur o helados. También se rocían con nata o licor y bañadas en chocolate son deliciosas. Las fresas de peor presencia se usan para preparar tartas, mousses, soufflés, flanes y pasteles.

Se deben conservar en el refrigerador o en su defecto, en un lugar fresco, oscuro y ventilado. No se aconseja su congelación puesto que tras la descongelación pierden gran cantidad de agua, quedando una especie de mermelada cruda, sin aroma. Es conveniente lavarlas antes de su consumo para eliminar tierra o sustancias nocivas.

La planta

La fresa pertenece al género *Fragaria*. Son plantas vivaces, herbáceas, de hojas con los bordes dentados, que pueden ser lampiñas o vellosas.

Se trata de una planta perenne. Sus tallos son pequeños y cortos. El tallo está transformado en rizoma y de él parten las hojas y posteriormente ramas rastreras llamadas estolones, que enraízan por sus nudos y desarrollan brotes que darán lugar a nuevos individuos. El tallo que sobresale del terreno es comúnmente llamado corona, es muy corto y contiene los tejidos vasculares. El porte del tallo puede ser extendido o erguido.

Las raíces son de aspecto fibroso y surgen de la corona próxima a la superficie del suelo. Se dividen en primarias y secundarias. Las raíces primarias se alargan rápidamente en el terreno extendiéndose unos 30 cm alrededor de la corona y se ramifican oblicuamente penetrando hasta unos 30 cm de profundidad.

Las hojas están subdivididas en tres foliolos y tienen un borde aserrado. Su espesor varía según el cultivar. Son de color verde más o menos intenso y a veces rojizo en las invernales.

Las flores de las fresas están agrupadas en inflorescencias. Pueden ser "perfectas" (hermafroditas) con órganos masculinos y femeninos o "imperfectas" (unisexuales) con sólo órganos masculinos o femeninos. La mayoría de las variedades cultivadas comercialmente tienen flores perfectas.

Cada flor perfecta posee un cáliz con 5 sépalos, una corola con 5 pétalos generalmente blancos y de forma variable (redondos u ovalados), numerosos órganos masculinos. En el receptáculo se hallan los órganos femeninos o pistilos. Las flores cuyos pistilos queden todos fecundados dan frutos con la forma típica del cultivar. Si las condiciones climáticas no son favorables para la polinización puede ocurrir que una parte de los pistilos no sean fecundados y por tanto se obtienen frutos deformes". (FRUTAS Y HORTALIZAS)

100 gramos de frutillas contienen:

- ▶ “Calorías: 30.
- ▶ Proteínas: 0.6.
- ▶ Hidratos de carbono: 7.1.
- ▶ Lípidos: 0.4.
- ▶ Fibra: 2.6.
- ▶ Vitamina C: 56.7.
- ▶ Caroteno: 3.
- ▶ Potasio: 166”. (PTO VITAL, 2010)

Una porción, o una taza de frutillas contienen 200 gramos:

- ▶ “Calorías: 60.
- ▶ Proteínas: 1.2.

- ▶ Hidratos de carbono: 14.1.
- ▶ Lípidos: 0.7.
- ▶ Fibra: 5.2.
- ▶ Vitamina C: 113.
- ▶ Caroteno: 6.
- ▶ Potasio: 332”. (PTO VITAL, 2010)

2.5.2. *Panela granulada*

“La panela granulada es un producto obtenido de la evaporación de los jugos de la caña de azúcar y la consiguiente cristalización de la sacarosa que contiene minerales y vitaminas, pudiendo ser utilizada en la fabricación de productos alimenticios y proveedora de insumos para otras industrias como la farmacéutica.

La panela o chancaca, como se le conoce en Perú, es utilizada tradicionalmente como un endulzante para postres, los famosos picarones o antiguamente en la elaboración del turrón de Doña Pepa; pero esto va mucho más allá, se trata de un alimento nutritivo con el que se podría combatir la desnutrición, pues se produce en abundancia en la región Piura.

¿Por qué la panela es la mejor opción?

El alto contenido de sales minerales representa beneficios para el desarrollo armónico del cuerpo humano, con el consumo de la panela se ayuda a alcanzar los niveles nutricionales apropiados y requeridos para el buen funcionamiento del mismo, así el calcio contribuye a tener dientes sanos y huesos más fuertes; el hierro previene la anemia, el fósforo para la conservación de huesos y metabolismo de las grasas y potasio, indispensable en el mantenimiento del equilibrio del líquido intracelular, mejora el ritmo del corazón y participa en la regulación de la excitabilidad nerviosa y muscular.

Contiene igualmente vitamina B1 (tiamina: genera energía), B2 (riboflavina: favorece el crecimiento), B3 (niacina: mejora la digestión), B5 (pantotenato: piel saludable), B6

(piridoxina: aumenta la defensa para evitar enfermedades) y B7 (biotina: previene la diabetes y el colesterol)”. (LAREPUBLICA.PE)

2.5.3. *Certificación FAIRTRADE*

“No todo el comercio es justo! Los productores y trabajadores al principio de la cadena productiva no siempre reciben un reparto justo de los beneficios generados por el comercio. Fairtrade permite a los consumidores corregir esta situación de injusticia.

El Comercio Justo Fairtrade representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, Fairtrade es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.

Cuando un producto lleva el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE significa que los productores y comerciantes han cumplido con los criterios de Fairtrade. Los criterios están destinados a corregir el desequilibrio de poder en las relaciones comerciales, la inestabilidad de los mercados y las injusticias del comercio convencional.

Para los productores Fairtrade significa precios que intentan cubrir los costos de producción sostenible. También significa una Prima Fairtrade, acceso al crédito, relaciones comerciales de larga duración y en el caso de trabajadores contratados, condiciones de trabajo decentes.

Los criterios

Hay dos conjuntos de criterios Fairtrade, que reconocen los diferentes tipos de productores desfavorecidos. Un conjunto de criterios se aplica a los pequeños productores afiliados a cooperativas u otras organizaciones con una estructura democrática. El otro se aplica a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios decentes, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizan el cumplimiento de las normas de salud y seguridad y proporcionan una vivienda adecuada cuando proceda.

Los criterios Fairtrade también abarcan las condiciones comerciales. La mayoría de los productos tienen un precio justo, que es el mínimo que debe pagarse a los productores. Además, los productores reciben una cantidad de dinero adicional, la prima de Comercio Justo Fairtrade, para invertir en el desarrollo de sus comunidades.

Precios FAIRTRADE

El precio mínimo que reciben los productores Fairtrade está determinado por los criterios Fairtrade. La mayoría de los productos certificados Fairtrade tienen un precio mínimo determinado. Este precio intenta garantizar que los productores puedan cubrir sus costos medios de producción sostenible. Actúa como una red de seguridad para los productores en los momentos en que los precios en el mercado mundial sean inferiores a un nivel sostenible. Sin este mecanismo, los agricultores están completamente a merced del mercado.

Cuando el precio de mercado es superior al mínimo de Comercio Justo Fairtrade, el comprador debe pagar el precio más alto. Los productores y los comerciantes también pueden negociar precios más altos sobre la base de la calidad y otros atributos.

La prima FAIRTRADE

Además del precio Fairtrade, hay una suma de dinero adicional, llamada Prima de Comercio Justo Fairtrade. Este dinero va a un fondo comunal para los trabajadores y los productores con la finalidad de ser utilizado para mejorar la situación social, económica y las condiciones medioambientales de la comunidad.

El uso de este dinero adicional se decide democráticamente por los productores en el seno de la organización de pequeños agricultores, o por los trabajadores en una plantación. La Prima se invierte en proyectos educativos y sanitarios educación, en mejoras agrícolas para aumentar el rendimiento y la calidad, o en instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos.

Puesto que muchos de los proyectos financiados por la Prima son de carácter comunitario, la comunidad en general, fuera de la organización de productores, también toca los beneficios del Comercio Justo Fairtrade.

Productos FAIRTRADE

En la actualidad hay miles de productos que llevan el Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE. Existen criterios Fairtrade para productos alimenticios que abarcan desde el té y el café a la fruta fresca y frutos secos. Existen también criterios para los productos no alimenticios, como flores y plantas, balones deportivos y semillas de algodón”. (FAIRTRADE INTERNACIONAL)

2.6. Hipótesis central

El desaprovechamiento de la frutilla y la panela granulada como insumo para la elaboración de mermelada pueden estar siendo ocasionada por la gran producción y comercialización de frutilla en estado natural, reducida inversión para el procesamiento de frutilla, escasa exportación de productos procesados a base de frutilla; lo cual puede estar generando que el desarrollo del sector agroindustrial sea lento, limitada oferta de productos procesados a base de frutilla y el desaprovechamiento de mercados potenciales.

2.7. Señalamiento de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE = Empresa exportadora de mermelada de frutilla a base de panela granulada.

VARIABLE DEPENDIENTE= Mercado internacional de Suecia – Estocolmo.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

En lo referente al enfoque de la investigación es la interpretación de los resultados obtenidos para establecer el costo del proyecto a elaborar, mermelada de frutilla a base de panela granulada.

Se realizará la revisión de archivos y documentos otorgados por las entidades competentes y la información obtenida en las páginas web.

Con la finalidad de obtener información de los problemas que los aquejan respecto al producto.

3.2. Modalidad Básica de la Investigación

El objeto de investigación es crear una empresa dedicada a la elaboración de mermelada de frutilla a base de panela granulada para la exportación hacia el mercado internacional de Suecia - Estocolmo, de acuerdo a esto se inserta en lo económico.

Gracias a esta modalidad se utilizan algunos modos de investigación como:

- ▶ **Investigación Documental**, Se apoya en fuentes de carácter documental Subtipos: investigación bibliográfica, hemerográfica, archivística. Porque es necesario documentarse para contextualizar el problema y fundamentarse científicamente el Marco Teórico.

3.3. Nivel o Tipo de investigación

Por la profundidad y condiciones exigidas en el pregrado, por ello se utiliza:

- ▶ **Nivel descriptivo**, analiza e interpreta la información obtenida y el por qué se crea la empresa de acuerdo a la demanda del mercado internacional.

Tratamos de ofrecer un documento elaborado de recursos documentales que simplifique y ayude en la búsqueda de información sobre este tema entre la gran cantidad de documentos desorganizados que se encuentran en internet.

3.4. Universo y Muestra

Tomando en consideración al universo investigativo del presente proyecto se considerará aplicar la revisión de archivos sobre los determinados sitios como AGRONEGOCIOS, MIPRO, Banco Central del Ecuador y la información pertinente de las posibles revistas especializadas para la obtención de la información referente sobre el proyecto, y sabiendo que es un universo relativamente pequeño no será necesario aplicar la fórmula que permita determinar la muestra.

3.5. Operacionalización de las variables

Variable independiente

Cuadro.2

CONCEPTO	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	
EMPRESA PROCESADORA Y EXPORTADORA Es la actividad que realiza una industria para elaborar un producto terminado con valor agregado utilizando la materia prima, para darle un proceso de industrialización y exportarlo a los mercados internacionales.	Actividad agroindustrial	► Comercialización	Excelente	¿Cuál es el nivel de producción y comercialización de frutilla en estado natural?	Navegación en la web	
			Aceptable			
			Mínimo			
		► Inversión	► Inversión	Alto	¿Cuál es la inversión del sector productor de frutilla sobre la agroindustria?	Navegación en la web
				Medio		
				Bajo		
		► Exportación	► Exportación	Fresca	¿Cómo se exporta actualmente la frutilla?	Revisión de archivos
				En almíbar		
				Pulpeada		

Elaborado por:

La Autora

Variable dependiente

Cuadro.3

CONCEPTO	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA
MERCADO INTERNACIONAL Es un espacio en el cual se realiza el intercambio del flujo de bienes y servicios de una compañía hacia los consumidores o usuarios de más de una nación para obtener un beneficio. Satisfacer la demanda internacional y conocer la logística de exportación y los obstáculos que se pueden presentar.	Suecia Estocolmo	► Agroindustria	Acelerado	¿Cómo se ha desarrollado la agroindustria en cuanto al procesamiento de frutilla?	Navegación en la web
			Lento		
			Regular		
		► Producto	Solo uno	¿Cuántos productos procesados a base de frutilla está ofertando Ecuador actualmente?	Revisión de archivos
			Tan solo dos		
			Ninguno		
		► Mercado potencial	Suecia	¿Qué otros mercados pueden considerarse para la comercialización del nuevo producto?	Revisión de archivos
			España		
			Canadá		

Elaborado por:

La Autora

3.6. Recolección de Información

El proceso que realiza es:

La obtención de información, además de los datos estadísticos obtenidos de sitios como AGRONEGOCIOS, MIPRO, Banco Central del Ecuador y la información otorgada por Revistas especializadas.

Estos datos se obtendrán con instrumentos y técnicas de recopilación de datos, de fuentes secundarias.

3.7. Procesamiento y análisis

Se sugiere:

- ▶ Se hace limpieza de la información.
- ▶ Se aplica la recopilación de la información a obtenida para la comprobación de la hipótesis.
- ▶ Con el análisis, la interpretación de resultados y la aplicación estadística, se verifica la hipótesis.
- ▶ Se obtiene las conclusiones y recomendaciones.
- ▶ A partir de las conclusiones y en especial de las recomendaciones se elabora la propuesta de solución de problema investigado.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de la revisión de archivos realizada al universo investigativo

H.C.: El desaprovechamiento de la frutilla y la panela granulada como insumo para la elaboración de mermelada pueden estar siendo ocasionada por la gran producción y comercialización de frutilla en estado natural, reducida inversión para el procesamiento de frutilla, escasa exportación de productos procesados a base de frutilla; lo cual puede estar generando que el desarrollo del sector agroindustrial sea lento, limitada oferta de productos procesados a base de frutilla y el desaprovechamiento de mercados potenciales.

Cuadro.4

FUENTE: WEB – AGRONEGOCIOS.CO.EC	
V.I.: Comercialización	
ALTERNATIVA	ÍTEMS
Excelente	X
Aceptable	
Mínimo	
Observaciones: La información obtenida de la página AGRONEGOCIOS permitió conocer que el nivel de producción comercialización de frutilla en estado natural es excelente debido alto consumo.	

Cuadro.5

FUENTE: WEB – MIPRO	
V.D.: Agroindustria	
ALTERNATIVA	ÍTEMS
Acelerado	
Lento	X
Regular	
Observaciones: Datos del MIPRO revelaron que el desarrollo en cuanto a la agroindustria en el sector productor de frutilla es lento, pese a las oportunidades y facilidades brindadas por las nuevas disposiciones gubernamentales.	

Cuadro.6

FUENTE: WEB – MIPRO	
V.I.: Inversión	
ALTERNATIVA	ÍTEMS
Alto	
Medio	
Bajo	X
Observaciones: Datos obtenidos de los registros en la página web del MIPRO puso en evidencia que la inversión del sector productor de frutilla sobre la agroindustria es bajo, por lo que no se han registrado nuevos productos.	

Elaborado por: La Autora

Cuadro.7

FUENTE: WEB – Banco Central del Ecuador	
V.D.: Producto	
ALTERNATIVA	ÍTEMS
Solo uno	
Tan solo dos	
Ninguno	X
Observaciones: Información obtenida en la página web del Banco Central del Ecuador permitió determinar que la cantidad de productos procesados a base de frutilla que está ofertando Ecuador actualmente es nula.	

Elaborado por: La Autora

Cuadro.8

FUENTE: WEB – Banco Central del Ecuador	
V.I.: Exportación	
ALTERNATIVA	ÍTEMS
Fresca	X
En almíbar	
Pulpeada	
Observaciones: Revisando la página web del Banco Central del Ecuador se pudo establecer que actualmente la frutilla se exporta en mayor cantidad en su estado natural (fresca) ya que es muy apetecida en el mercado internacional.	

Elaborado por: La Autora

Cuadro.9

FUENTE: WEB – Banco Central del Ecuador	
V.D.: Mercado potencial	
ALTERNATIVA	ÍTEMS
Suecia	
España	
Canadá	X
Observaciones: Información de años anteriores registrado en la página web del Banco Central del Ecuador permitió saber que no solo el mercado preseleccionado como potencial puede ser considerado para la comercialización del nuevo producto.	

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizado la respectiva revisión de archivos indicando las observaciones pertinentes se procede a redactar las conclusiones.

5.1. Conclusiones

- ▶ El nivel de producción y comercialización de frutilla en estado natural es excelente debido a su alto consumo, lo que estaría generando en los productores un estado de confort por los ingresos que genera el temporal.
- ▶ El desarrollo de la agroindustria en el sector productor de frutilla es sumamente lento lo que estaría ocasionando un desaprovechamiento a las oportunidades comerciales.
- ▶ La inversión del sector productor de frutilla sobre la agroindustria es bajo causa por la que no se han registrado nuevos productos procesados estancando la exportación.
- ▶ La cantidad de productos procesados a base de frutilla que oferta actualmente Ecuador es nula, este sería el causante principal de que el sector productor no pueda desarrollarse de manera óptima.
- ▶ Actualmente la frutilla se exporta en mayor cantidad en estado natural (fresca) lo que significaría que no se ha puesto en marcha proyectos que permitan aprovechar óptimamente esa demanda.
- ▶ No solo el mercado preseleccionado puede considerarse para la comercialización del nuevo producto ya que hay datos de años anteriores donde países como España y Canadá han importado esta fruta.

Una vez establecidas las conclusiones de la investigación se puede continuar con las recomendaciones respectivas.

5.2. Recomendaciones

- ▶ Aprovechar el excelente nivel de producción y comercialización de frutilla en estado natural para iniciar con su procesamiento para presentarle al mercado un producto con mayor valor agregado.
- ▶ Impulsar el desarrollo agroindustrial del sector productor de frutilla con el propósito de aprovechar las posibles oportunidades comerciales que puedan darse a nivel internacional.
- ▶ Promover la inversión del sector productor de frutilla a nivel de agroindustria con el propósito de conseguir más partidas que puedan ser comercializadas a nivel nacional e internacional.
- ▶ Iniciar la producción e incrementar la cantidad de productos procesados a base de frutilla para que el país pueda presentar una oferta más amplia y atractiva a los posibles mercados potenciales.
- ▶ Optimizar y combinar la exportación de frutilla fresca con la de sus productos procesados aprovechando las oportunidades para explotar de mejor manera la demanda que podría generarse del nuevo producto.
- ▶ Analizar el mercado preseleccionado y los que podrían considerarse como potenciales para la introducción del nuevo producto con el propósito de conseguir mayores beneficios comerciales.

CAPÍTULO VI

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Datos de información

6.1.1. Tema:

“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE FRUTILLA A BASE DE PANELA GRANULADA BAJO LA CERTIFICACIÓN FAIR TRADE ORIENTADA AL MERCADO DE SUECIA - ESTOCOLMO, DESDE LA PROVINCIA DE EL ORO”

6.1.2. Institución

Universidad Técnica de Machala.

6.1.3. Beneficiarios:

Una vez ejecutado el presente proyecto varios serán los beneficiarios de manera directa e indirectamente de los que podemos mencionar los siguientes, la tesista podrá obtener su título de ingeniera en Comercio Internacional, Ecuador podrá ofrecer al mundo nuevos productos procesados a través de sus promociones mejorando el ingreso de divisas, en la zona de influencia surgirán plazas de empleo que les permitirá a los pobladores gozar de una mejor economía; mientras que al o los inversionistas interesados en la ejecución del proyecto podrán disponer de un ingreso sustentable y sostenible que un margen de rentabilidad.

6.1.4. Ubicación sectorial de la empresa

Ciudad: Machala.

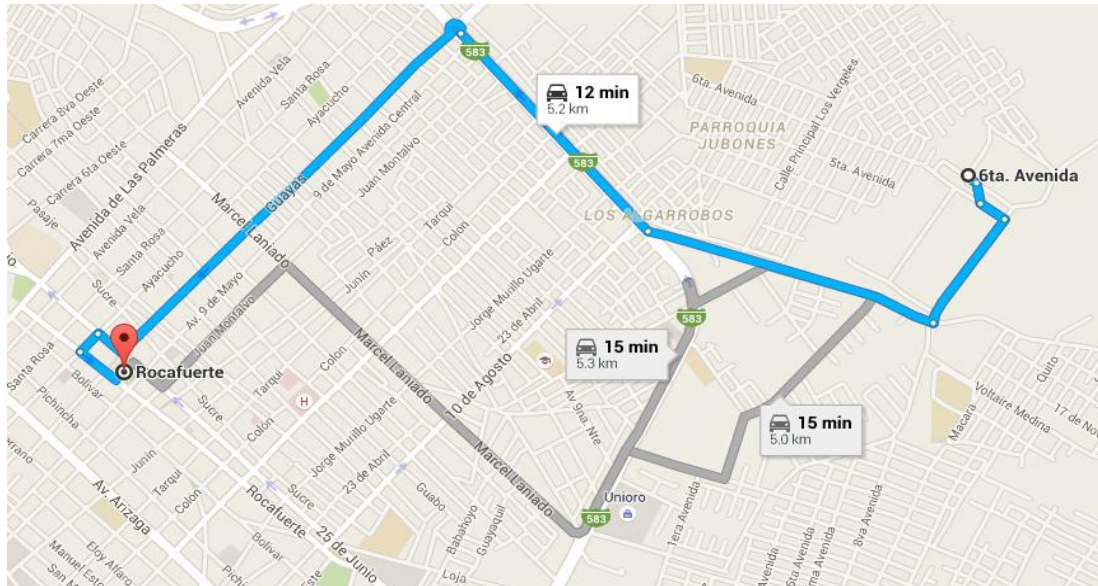
La empresa se localizará físicamente en la Parroquia Jubones en la 6ta Avenida a 5,2km del centro de la ciudad a 12 minutos si se movilizan en automóvil.

6.1.5. *Equipo técnico responsable*

Alumno: Jelitza Paulette Noblecilla Álvarez.

Tutor: Econ. Holger Bejarano Copo

Gráfico.3



Fuente: Google maps.

6.2. **Antecedentes de la propuesta**

Gracias a la investigación previa para la propuesta del proyecto como solución al problema situacional que afronta actualmente el sector productor de frutilla se logró recabar información importante sobre empresas que elaboran productos similares con este tipo materias prima.

El propósito de este proyecto es tomar en cuenta el crecimiento de ciertos sectores a nivel regional o provincial, mismo que ha demostrado ser un generador importante de rubros económicos que han mejorado el flujo de dinero, en la mayor parte de los casos se debe al establecimiento de empresas agroindustriales o procesadoras de materia prima, las cuales han ido creciendo de manera paulatina y actualmente forman parte importante en la economía local y nacional.

De allí el punto importante de querer impulsar la creación de unidades de negocio que se enfoquen a impulsar una o varias zonas de producción que se han quedado estancadas en cuanto a desarrollo se refiere y su inserción en la agroindustria.

6.3. Justificación

Ecuador país reconocido por su capacidad para producir materias primas de calidad, en especial las que provienen del agro, donde actualmente el gobierno a direccionado su mirada al cambio de la matriz productiva a favor de poder conseguir una sostenibilidad productiva y sustentabilidad económica en todos los sectores productores con el propósito de poder alcanzar la soberanía alimentaria y llegar a ser uno de los principales proveedores de productos procesados para el mundo.

Enfocados en este cambio y con el afán de contribuir con ese cambio se propone instalar una empresa procesadora y exportadora de mermelada de frutilla a base de panela granulada, con el que se pretende controlar y optimizar la comercialización y exportación de frutilla en estado natural (fresca), a más de encaminar a los productores a establecer más áreas de cultivo extensivo con el objetivo de obtener de nuestros propios productores la materia prima para elaborar el nuevo producto.

Con esto se logrará aprovechar la potencialidad del cultivo y capacidad producida que se está obteniendo actualmente del sector productor de frutilla, a más de ello, este proyecto contempla atacar la desatención de la producción de panela granulada, producto de gran alimento y aporte nutricional, el cual será uno de los ingredientes principales para la elaboración de la mermelada, contribuyendo de esta manera con los cañicultores aprovechando al máximo la generación de recursos.

Como para todo producto es necesario buscar un mercado potencial que brinde las condiciones y garantías necesarias para poder iniciar con la introducción y posterior comercialización a cargo del importador, para ello se propuso previamente un mercado identificado como potencial siendo este Suecia, el cuál será analizado posteriormente juntamente con otros mercados.

Esto se realizará con el afán de conocer y diferenciar las variables de cada mercado potencial y del porque debe ser el seleccionado para iniciar la exportación del nuevo producto, considerando previas relaciones comerciales.

Es importante conocer que el nuevo producto no solo será para exportación, sino que también se introducirá en el mercado nacional un parte, como muestra para un posterior estudio y posicionamiento del nuevo producto.

6.4. Objetivos

6.4.1. *Objetivo General*

Impulsar la creación de empresas agroindustriales elaboradoras de nuevos productos con lo que se podrá incrementar la capacidad productiva orense, aprovechando el potencial de los sectores productores agrícolas, con el propósito de participar en el establecimiento comercial sostenible y sustentable.

6.4.2. *Objetivos Específicos*

- ▶ Implementar procedimientos técnicos que permitan la diversificación de la matriz productiva de la provincia de El Oro, por medio de estudios de factibilidad innovadores.
- ▶ Considerar las características del mercado de Suecia – Estocolmo para iniciar con la exportación de la mermelada de frutilla a base de panela granulada producto elaborado para consumo humano.
- ▶ Establecer los procedimientos previos a la exportación de la mermelada de frutilla a base de panela granulada producida para el consumo humano considerada como producto de consumo masivo.
- ▶ Establecer el nivel de rentabilidad que se obtendrá con la elaboración y exportación de la mermelada de frutilla a base de panela granulada en frascos de vidrio de 350gr que tiene como destino el mercado de Suecia - Estocolmo.
- ▶ Atraer la inversión privada como motor de desarrollo sostenible local.

6.5. Diseño del plan de negocios

6.5.1. Países importadores más importantes (preparaciones de hortalizas frutas u otros frutos o demás partes de plantas)

Cuadro.10

MERCADOS POTENCIALES 2013	
Estados Unidos	7.314 millones de USD
Alemania	5.181 millones de USD
Francia	4.245 millones de USD
Japón	3.753 millones de USD
Reino Unido	3.703 millones de USD
Países Bajos	3.118 millones de USD
Bélgica	2.405 millones de USD
Canadá	2.253 millones de USD
Rusia	1.600 millones de USD
Italia	1.360 millones de USD
España	1.212 millones de USD
Arabia Saudita	948 millones de USD
Austria	902 millones de USD
Corea del Sur	884 millones de USD
Australia	861 millones de USD
Polonia	762 millones de USD
Suecia	758 millones de USD
México	681 millones de USD
China	662 millones de USD
Brasil	655 millones de USD

Fuente: (SANTANDERTRADE, 2013)

Pese a que en el proyecto ya se ha propuesto un mercado identificado previamente como potencial, pese a ello se realizó una búsqueda que permita identificar otros mercados y establecer diferencias con el propósito de tener más oportunidades comerciales.

Para identificar los posibles mercados se pudo obtener una lista establecida en una investigación realizada por SANTANDERTRADE sobre las importaciones realizadas de productos preparados a base de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, en los cuales podemos ubicar al nuevo producto que se pretende producir.

En la presente lista de 20 países podemos identificar como mayores importadores a Estados Unidos con 7.314 millones de dólares, Alemania con 5.181 millones de dólares seguida de Francia con 4.245 millones de dólares, mientras que Suecia ubicado en décimo séptimo lugar con 758 millones de dólares.

Aunque los mercados mencionados anteriormente con excepción de Suecia presentan un mejor y mayor cantidad de importaciones, pero lo que se busca con el mercado preseleccionado es ampliar la lista de países con los que se pueda expandir la comercialización y no monopolizar la oferta.

6.5.2. *Análisis y selección de los mercados potenciales*

Cuadro.11

ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	
Bélgica	+448 millones de USD
Reino Unido	+254 millones de USD
Francia	+218 millones de USD
Brasil	+165 millones de USD
España	+114 millones de USD
Países Bajos	+101 millones de USD
Dinamarca	+98 millones de USD
Polonia	+96 millones de USD
México	+92 millones de USD
Arabia Saudita	+86 millones de USD
Estados Unidos	+81 millones de USD
Italia	+69 millones de USD
Hong Kong	+64 millones de USD
Canadá	+59 millones de USD
Suiza	+49 millones de USD
Rusia	+47 millones de USD
Chile	+44 millones de USD
China	+38 millones de USD
Suecia	+38 millones de USD
Hungría	+36 millones de USD

Fuente: (SANTANDERTRADE, 2013)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior ya se han identificado los tres más grandes importadores de productos procesados de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, incluido el mercado preseleccionado.

Pese a ello se ha visto importante poner en evidencia el cambio o incremento que han reflejado durante el periodo 2012 – 2013 los países anteriormente mencionados, donde se puede mencionar que para el 2013 Estados Unidos tubo incremento de más de 81 millones de dólares, mientras que Francia tuvo un incremento de 218 millones de dólares, aunque los países que se registran con el mayor incremento es Bélgica con más de 448 millones de dólares y Reino Unido con más de 254 millones de dólares.

Cabe recalcar que ese resultado no afecta al resultado general mencionado anteriormente por lo que no influye en las decisiones que se pretendan tomar con el propósito de establecer relaciones comerciales.

6.6. Características del mercado de Suecia

Suecia

“Capital: Estocolmo.

Población:

Población total: 9.728.498.

Crecimiento natural: 0,8%.

Densidad: 24 habitantes/km².

Población urbana: 85,5%.

Población de principales ciudades incluyendo suburbios: Malmo (1.340.000); Estocolmo (1.252.000); Gothenburg (916.000); Uppsala (130.000); Västerås (110.000).

Orígenes étnicos: 90% de suecos, 3% de finlandeses, 7% otros.

Lengua oficial: El sueco.

Otras lenguas habladas: Las lenguas minoritarias reconocidas son: Sami, Finés, Meänkieli, Yiddish y Romani.

Idioma(s) de negocios: Se usa el inglés y el sueco en los negocios y el alemán en los hoteles y tiendas.

Religión: 80 % de evangélicos-luteranos. 8 religiones reconocidas, además de la Iglesia sueca.

Tipo de cambio 13/05/2015:

Moneda local: Corona sueca (SEK).

1 SEK = 0.1202 USD, 1 USD = 8.3195 SEK.

1 SEK = 0.1071 EUR, 1 EUR = 9.3403 SEK.

Perfil del país:

Área: 447.420 km².

Forma de gobierno: El reino de Suecia es una monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria.

Nivel de desarrollo: Economía de altos ingresos, miembro de la OCDE. Considerada como la más desarrollada de las economías postindustriales; tasa impositiva la más alta del mundo; economía basada en el sector de las altas tecnologías; alta tasa de desempleo desde la crisis económica.

IDH: 0.898/1.

IDH: (clasificación mundial) 12/187". (SANTANDERTRADE)

6.6.1. Aspectos Generales

“El Reino de Suecia se ubica en la Península Escandinava, en el norte de Europa y su capital es Estocolmo. Forma parte de los países Nórdicos junto con Dinamarca, Noruega y Finlandia. La región Nórdica es una de las más dinámicas en Europa, la cual ha logrado un crecimiento económico sostenido, diversificación industrial, finanzas públicas equilibradas y un alto nivel de vida de su población.

Con una superficie de 449,964 km², es el tercer país con mayor territorio en la Unión Europea. Limita al norte con Noruega y Finlandia, al este con Finlandia y el Golfo de Botnia, al sur con el Mar Báltico, y al oeste con el Mar del Norte y con Noruega. Comparte frontera marítima en el sur-oeste con Dinamarca, país con el que se conecta a través de un puente de 16.4 km. sobre el Estrecho de Öresund.

El 9% de la superficie de Suecia corresponde a lagos y ríos, la mayoría ubicados en la zona central del Sur. El lago más grande es el Vänern con un área de 5,655 km². La Laponia sueca situada en el norte, es montañosa y se extiende hasta el Círculo Polar Ártico.

Cincuenta y tres del territorio está cubierto por bosques y solamente 8% se cultiva. En la producción agropecuaria destacan: cebada, trigo, remolacha, carne y leche; y en la industrial: hierro y acero, maquinarias y equipos de transporte, electrónica y equipos de telecomunicación, maderas y muebles de madera y productos de papel, productos químicos y farmacéuticos y alimentos procesados. Sin embargo el sector más desarrollado de la economía hoy en día es el sector de los servicios, representado principalmente a nivel internacional por empresas innovadoras en el desarrollo de software aplicado, con soluciones informáticas tanto a gran escala como aplicaciones para teléfonos inteligentes, así como cuenta con una industrial muy desarrollada de juegos de Video.

Suecia ha incursionado con gran éxito en el mundo de la moda y el diseño de ropa, cuenta con empresas textiles y diseño de modas que han trascendido a nivel internacional.

Cuenta con fuentes de energía hidráulica, puertos de gran calado y yacimientos de minerales como hierro, cobre, plomo, zinc y uranio; los cuales fueron la base de su proceso de industrialización. Es el principal productor europeo de uranio con 80% de las reservas de la EU-25, de hierro (89.4%) y oro (36.9%). Segundo productor europeo de zinc (26.9%) y plomo (36.3%), y tercer productor europeo de cobre (12%).

Gestión ambiental y tecnologías verdes, en los últimos 30 años Suecia ha experimentado un gran desarrollo en las tecnologías de gestión ambiental y de generación de energía de fuentes alternativas sostenibles y renovables, destacándose su desarrollo en temas tales como el tratamiento y reciclaje de basura, cuenta actualmente con los índices más altos de reciclaje de reutilización de la basura, con asombrosa cifra que alcanza al 98%; solo el 2% de la basura va a parar a rellenos sanitarios.

Dentro el desarrollo alcanzado en la gestión de tecnologías verdes para el reciclaje y disposición de la basura, se han desarrollado paralelamente tecnologías de transformación de basura en energía, la cual es utilizada tanto en la generación de energía eléctrica a partir de los desechos sólidos, los cuales son quemados en reactores especiales no contaminantes, generando energía eléctrica y calor para el calentamiento de los hogares; Así como en la producción de biogás a partir de las aguas servidas en las zonas urbanas, o a partir de los desechos agrícolas.

Debido a que Suecia no tiene petróleo ni gas natural, con el propósito de ser autosuficiente en la generación de energía ha desarrollado tecnologías alternativas para generación de electricidad y calentamiento distrital, siendo el objetivo llegar a utilizar 0% de combustibles fósiles en 2030, por lo cual existe un gran desarrollo y utilización de tecnologías alternativas tanto para la electricidad como para los combustibles, entre las cuales se encuentran la Bioenergía siendo la biomasa y los pallets de madera los más representativos, también la utilización de biocombustibles tales como el biogás, biodiesel y bioetanol utilizados estos últimos como combustibles para vehículos de transporte público. En algunas ciudades como Estocolmo, Gotemburgo o Malmo, todos los buses de transporte urbano utilizan combustibles de fuentes renovables con cero emisiones de carbono.

A pesar de ser uno de los países más apartados de la línea ecuatorial, la corriente cálida del Golfo en el Atlántico disminuye los efectos del frío extremo que se esperarían por su posición geográfica.

Por la longitud del país (1,574 km²) el clima es bastante variado; en la zona norte los veranos son más cortos y los inviernos más largos y fríos, con temperaturas bajo 0° C de septiembre a mayo y una media de -15° C en enero. En la capital Estocolmo, los inviernos son menos fríos con una temperatura media de -2.8° C en enero y veranos cálidos. La temperatura media en Estocolmo es de +17.2° C en el mes de julio, pudiendo alcanzar hasta los +30° C en verano.

Existen notables variaciones de la luz solar por estaciones; en el norte el sol nunca se pone en algunos días de verano, mientras que en otros días de invierno nunca amanece. A fines de junio el día en Estocolmo dura más de 18 horas y a fines de diciembre apenas alrededor de 6 horas. La variación de luz solar condiciona las actividades y la actitud de la población.

Suecia tiene una baja densidad poblacional de alrededor de 20,2 h. /km²; existiendo amplias diferencias de concentración por regiones: en el norte 3 habitantes por km² y en la región de Estocolmo 304 habitantes por km². Por lo tanto existen grandes extensiones poco pobladas que están cubiertas de bosques principalmente de coníferas, los cuales constituyen una gran fuente de ingresos para la industria maderera y para la generación de energía a partir de la biomasa.

Según las Estadísticas de Suecia (SCB por sus siglas en sueco), la población llegó a 9 728,498 habitantes al 30 de septiembre de 2014. Es el país nórdico más poblado con una participación aproximada de 36% sobre el total regional.

El sueco es el idioma predominante en el país y sin embargo no es oficial. Pertenece al grupo de lenguas germánicas y está emparentado con el danés y el noruego pero con diferencias notables en su pronunciación y ortografía.

Idiomas minoritarios oficialmente reconocidos son: sami (lapón), finés, meänkieli, romaní y yiddish. La mayoría de la población habla el inglés que se enseña obligatoriamente desde la escuela. Las estadísticas muestran una tendencia al alza en el aprendizaje del español. Por lo tanto se puede encontrar suecos que hablen español, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Además, en las grandes ciudades viven miles de hispanohablantes, la mayoría de ascendencia latinoamericana.

Suecia es un país mayormente secular especialmente a partir de los años 70 declinó la participación religiosa por parte de la población, sin embargo tiene una fuerte tradición religiosa principalmente Evangélica Luterana con un 72.9% integra pero menos del 10% asiste a servicios religiosos regularmente. Por efectos de la inmigración existen alrededor de 500,000 musulmanes, 100,000 cristianos ortodoxos y 92,000 católicos romanos.

Suecia forma parte de la UE a partir de 1995 pero la moneda oficial de curso es la corona sueca. A partir de noviembre de 1992 el tipo de cambio es flotante. La corona sueca se divide en 100 öre, la abreviación de la moneda para los intercambios internacionales es SEK. Circulan billetes con denominaciones de 20, 50, 100, 500, 1,000 coronas suecas; y en monedas de 50 öre; 1, 5 y 10 coronas.

No hay restricciones en la cantidad de dinero que puede entrar a Suecia, sin embargo, hay restricción en la apertura de cuentas en dólares, por lo que es importante informarse con el ejecutivo de cuenta en el Banco correspondiente”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.6.1.1. Principales ciudades

“Las ciudades con el mayor número de habitantes (incluyendo suburbios) son: Estocolmo (2 163,042 habitantes), Gotemburgo y Malmö.

3% del territorio es urbanizado o de uso industrial.

85% de la población vive en áreas urbanas, en su mayoría en el Sur del país. Las provincias más pobladas son”: (PRO-ECUADOR, 2014)

Cuadro.12

PRINCIPALES PROVINCIAS	
Ciudad	Población 2013
01 Stockholm	2,163,042
14 Västra Götaland (Gotemburgo)	1,615,084
12 Skåne (Malmo)	1,274,069
05 Östergötland	437,848
03 Uppsala	345,481
06 Jönköping	341,235
13 Halland	306,840
18 Örebro	285,395
21 Gävleborg	277,970
20 Dalarna	277,349
04 Södermanland	277,569
17 Värmland	273,815
24 Västerbotten	261,112
19 Västmanland	259,054
25 Norrbotten	249,436
22 Västernorrland	242,156
08 Kalmar	233,874
07 Kronoberg	187,156
10 Blekinge	152,757
23 Jämtland	126,461
09 Gotland	57,161

6.6.1.2. Relaciones Internacionales y Regionales

“Suecia es miembro desde la Unión Europea desde el 1ro de enero de 1995, por lo tanto aplica todas las leyes y reglamentos comerciales de la Unión Europea, así como el arancel externo común de la UE. La política comercial Sueca por lo tanto es aquella de la Unión Europea y se define en el Congreso Europeo, en el cual Suecia tiene 20 representantes.

Suecia tiene un representante en la Comisión Europea, la cual es la responsable de dirigir y aplicar las políticas de la Unión Europea en el día a día, la Comisión Europea

(European Commission) representa los intereses de la UE como un todo y es quien elabora las propuestas de ley que son presentadas al congreso europeo.

La Comisión Europea está conformada por 28 Altos Comisionados representando cada uno de los países miembros.

La representante de Suecia es Cecilia Malström, quien es responsable por el Comercio Internacional, la Comisión Europea, la cual tiene una oficina de presentación en cada país, llamada “Comisión”. (http://ec.europa.eu/commission/2014-2019/malmstrom_en).

La representante sueca Malström, está nominada a la Comisión de Comercio para el periodo 2014 a 2019, dicha comisión tiene las siguientes responsabilidades:

- ▶ Lograr una agenda ambiciosa que beneficie a los ciudadanos de la Unión Europea, las PYMES, y en términos más amplios a toda la economía.
- ▶ Representa la Unión Europea en la OMC (Organización Mundial del Comercio) y en otros foros internacionales de comercio.
- ▶ Negociación de acuerdos bilaterales con países clave, la cual comprende la política de alcanzar un comercio equilibrado Transatlántico, el lograr alianzas de comercio e inversiones (TTIP) entre la Unión Europea y los Estados Unidos garantizando los aspectos de seguridad, higiene, responsabilidad social y protección de la información europea, así como la diversidad cultural.
- ▶ El desarrollo de una política muy fuerte de atracción de Inversión Extranjera Directa.
- ▶ Evaluando el uso y la aplicación de los instrumentos de protección comercial y seleccionado los más adecuados en cada caso.
- ▶ Fortaleciendo la alianza estratégica de la Unión Europea con África.
- ▶ Trabajar en países en vías de desarrollo para que sean incluidos en la economía y el comercio mundial, manteniendo los valores europeos tales como los derechos humanos y la protección social y medioambiental.

Suecia como miembro de la UE, participa en casi todos los organismos internacionales de relevancia en materia económica, social y financiera; entre los principales: Organización de las Naciones Unidas (ONU), Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Organización Mundial del Comercio (OMC), Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Unión Internacional de telecomunicaciones (ITU), Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM), Corporación Financiera Internacional (CFI), Agencia Internacional de Energía (AIE), Asociación Internacional del Fomento (AIF), Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (OMGI).

Consejo de Cooperación Aduanera - Organización Mundial de Aduanas (CCA/OMA), Organización Internacional de Normalización (ISO), Corte Permanente de Arbitraje (CPA), y Bancos regionales de desarrollo.

Forma parte de la Unión Europea (UE), Banco Europeo para la Reconstrucción y Desarrollo (BERD), Agencia Espacial Europea (AEE), y Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE). Por su posición geográfica es parte del Consejo Nórdico, del Banco Nórdico de Inversiones y del Consejo Báltico.

Postura de la Unión Europea con respecto al Comercio Global

La postura de la Unión Europea con respecto al Comercio Global es la que aplican todos sus miembros con respecto al comercio, en el caso específico de ésta Guía Comercial, por lo tanto Suecia como miembro de la UE, la siguiente postura al comercio global.

La apertura comercial de la UE ha hecho de éste el principal mercado mundial y por lo tanto es una buena región para hacer negocios. La Unión Europea ha alcanzado una posición comercial muy fuerte al actuar con una sola voz en el entorno internacional, en lugar de actuar como 28 países independientes.

Como resultado de lo antes expuesto, la UE está muy integrada comercialmente y esto se apoya con la ayuda de modernos sistemas de transporte, le permite comercializar más fácilmente con el mundo entero. Las empresas europeas de cualquier tamaño tienen grandes potenciales de comercializar con el resto del mundo de manera ágil.

Los trabajadores miembros de la UE también prestan servicios o trabajan de manera libre en cualquiera de los países miembros ya sea dentro de empresas multinacionales o con contratos específicos de servicios.

Los inversionistas dentro de la UE, buscan un entorno estable y sólido que les permita invertir con barreras mínimas y que sus inversiones internacionales por otro lado estén debidamente protegidas.

Como país miembro de la OMC, su postura en temas claves es:

- ▶ ***Productos agrícolas:*** liberalización del comercio agrícola y reforma de la Política Agrícola Común de la Unión Europea (PAC).
- ▶ ***Productos industriales:*** disminución de barreras no arancelarias, trato especial y diferenciado para países en desarrollo y su adhesión a la OMC.
- ▶ ***Cooperación:*** a través de la liberalización del comercio y tratamiento diferenciado para países en desarrollo.
- ▶ ***Servicios:*** en general, favorable a la liberalización.
- ▶ ***Antidumping:*** limitar al máximo estas medidas.

Acuerdos Comerciales de la Unión Europea con Latinoamérica

Actualmente la Unión Europea mantiene Tratados de Libre Comercio con México y todos los países Centro Americanos, incluidos República Dominicana, Puerto Rico, Haití y Jamaica en el Caribe. En Sudamérica tiene acuerdos suscritos con Colombia, Perú y Chile y está en proceso de negociación con Brasil, Paraguay, Uruguay, Argentina y el Ecuador. La UE está considerando otorgarle condiciones preferenciales a Bolivia.

En el caso de Latinoamérica actualmente la UE se encuentra negociando con el MERCOSUR, con quienes se están finalizando las ofertas comerciales de acceso al mercado para los dos lados, sin embargo no existe una fecha clara de cuando se intercambiaran las ofertas y se procederá a una firma de los acuerdos.

Entre los acuerdos comerciales más destacables con Latinoamérica se encuentran el acuerdo con México con quienes se mantiene un acuerdo de participación económica, de coordinación política desde julio de 2000, ver más adelante.

En julio de 2012 se firmó un Acuerdo Comercial entre Colombia y Perú y la Unión Europea, con quienes se ha establecido un calendario para la eliminación de aranceles el cual se está poniendo en práctica, aplicando un calendario de desgravación gradual con una duración de 8 años a partir de la firma del tratado, es decir hasta el año 2020.

Suecia como miembro de la UE tiene un TLC con Perú el cual entró en vigencia el 1 de marzo de 2013. Es un acuerdo integral que involucra aspectos laborales para evitar la explotación del ambiente. El tratado consolida también el ingreso libre para productos de exportación como textiles, espárragos, paprika y plata, entre otros.

El Portal de Libre comercio de Suecia u Open Trade Gate Sweden

Este portal es un punto único de consulta de información relacionada con el Comercio Internacional establecido por la Dirección Nacional de Comercio con los países en vías de desarrollo, en cuanto a reglamentos de comercio.

Open Trade Gate Sweden presta apoyo a los exportadores de países en vías de desarrollo que necesiten información sobre leyes y reglamentos, o dan apoyo para superar barreras comerciales que se puedan encontrar en la práctica, el servicio que presta es totalmente gratuito.

Más información en www.opentradegate.se". (PRO-ECUADOR, 2014)

6.6.1.3. Principales sectores de la economía

“La economía sueca hoy en día se caracteriza por ser diversa y altamente competitiva, según el Foro Mundial Económico la competitividad de la economía sueca se ubica entre las 6 economías más competitivas a nivel global. La economía del país nórdico se

caracteriza por su apertura al comercio internacional y se basa en las exportaciones, ha mantenido una balanza comercial positiva por muchos años, aun cuando en 2014 las importaciones han igualado a las exportaciones.

La apertura comercial de Suecia le ha calificado también como el sexto país con mayor facilidad para comercializar, tanto para exportar como para importar.

Además de una economía competitiva en la producción y en la manufactura, en los últimos años ha crecido mucho la economía basada en los servicios, siendo especialmente importante el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones TICs, en donde se han presentado desarrollos como Skype o Spotify, entre otros y una gran desarrollo en la industria de video juegos. Desde 2008 la industria de las TICs ha crecido un 16% y emplea un 4% de la fuerza laboral sueca.

Su capital Estocolmo se ha convertido en una de las ciudades más importantes para nuevas empresas conocidas como Start Ups, para lo cual cuenta con gran cantidad de Parques de Negocios, Centros Tecnológicos, Incubadoras de negocios, es por esto que iniciar un negocio en Suecia es bastante simple ya que se requieren pocos días para comenzar un nuevo negocio en éste país.

Agrícolas y de consumo

Por su ubicación geográfica Suecia es un país con 4 estaciones bien marcadas y cuenta con un invierno riguroso y frío en la mayor parte de su geografía, el mismo que impide la producción agrícola durante una parte importante del año, sin embargo es un país con una importante vocación y tradición agrícola, cuenta con 2.790.000 hectáreas de tierras dedicadas a la agricultura que corresponden a un 6.8% del total del territorio Sueco.

El censo agrícola ha contabilizado alrededor de 76,978 propiedades agrícolas dedicadas a la producción con dos hectáreas o más. Estas propiedades agrícolas son altamente productivas, están muy mecanizadas lo que ha dado como resultado en un crecimiento del sector agrícola desde los años 80.

La producción agrícola sueca está principalmente representada por la producción de granos, tales como trigo, cebada, centeno y avena; otros cultivos son papas y remolacha azucarera.

A partir del año 1995 en el que Suecia pasó a formar parte de la Unión Europea, su producción agrícola se ha alineado a las políticas productivas de la UE, entre otras cosas ha normado que por lo menos el 10% de su producción agrícola debe cumplir con los principios de la producción ecológica u orgánica, para lo cual ha puesto importantes impuestos en los combustibles, los fertilizantes y los pesticidas.

Actualmente, el gobierno ha creado importantes incentivos para la producción de biomasa en la producción de energía, este es uno de los sectores de la economía que han tenido un importante crecimiento y desarrollo tecnológico en los últimos años, dónde se ha remplazado gran parte de los combustibles fósiles por biomasa proveniente de las grandes extensiones de bosques o a partir del cultivo de pastos especializados.

El país cuenta con una importante producción de ganado bovino y ovino, siendo un importante productor de carne bovina, leche y productos lácteos, cuenta con una industria muy avanzada de alimentos, donde se destacan empresas suecas como Alfa Laval pionera en el campo de la industrialización de los productos lácteos y Tetra Pack, creador de nuevos sistemas de empaque para alimentos, especialmente lácteos y jugos.

Industriales y de servicios

El sector industrial de Suecia actualmente ha identificado 8 sectores industriales en los cuales tiene más características de competitividad a nivel internacional y por ende ha puesto su principal enfoque para desarrollo y promoción internacional, a saber:

- ▶ Energía y Medio Ambiente.
- ▶ Industria de Alimentos.
- ▶ Salud y Ciencia de la Vida.
- ▶ Tecnologías de la Información y Comunicaciones TICs.
- ▶ Seguridad personal y de las empresas.
- ▶ Industrias Creativas, de Textiles y de la Moda.
- ▶ Sistemas de Transporte.
- ▶ Materiales y Manufacturas.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Sueco Business Sweden, ha definido estos 8 sectores como los más importantes para el desarrollo económico del país nórdico en los próximos años, por lo tanto el enfoque tanto público como privado está orientado a desarrollar dichos sectores, es en estos polos que se encontrará los más importantes desarrollos tecnológicos y posibilidades de inversión, así como de transferencia y exportación de tecnología.

El sector exterior

La economía sueca está ampliamente orientada al comercio exterior, siendo muy dependiente de las exportaciones e importaciones. A pesar de tener una economía relativamente pequeña, en comparación con otros países de Europa, su peso es significativo en el comercio internacional gracias a su estructura empresarial.

Es un destacado competidor mundial en las áreas de telecomunicaciones, informática, electrónica, biotecnología, robótica, productos médicos y farmacéuticos; con liderazgo en aplicaciones de comercio electrónico, energías alternativas, y nano-tecnologías, entre otras de alto valor agregado”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.6.1.4. Tratamiento de las importaciones

“Suecia es un país que tiene como propósito facilitar los procedimientos, los trámites y los documentos para poder ingresar los productos importados al país, en términos generales. De todas maneras es necesaria cierta documentación para exportar a Suecia, la cual es la misma requerida para el ingreso de productos al mercado de la UE:

- ▶ ***Declaración de Importaciones (Customs Import Declaration)***. Todos los productos importados por la UE, deben ser declarados a las autoridades aduaneras en el país de desembarco, utilizando un documento único denominado: Documento Unico Administrativos (DUA) o Single Administrative Document (SAD), este documentos común es utilizado por todos los países de la UE, sin embargo son impresos en el idioma propio de cada país, en el caso de Suecia el SAD, está escrito en Sueco. El SAD incluye toda la información necesaria para poder tener una idea clara de los productos de los que se trata así como su origen.

- ▶ ***Declaración Aduanera del Valor (Customs value Declaration)***. Este es un documento que tiene que ser presentado a las autoridades aduaneras cuando el valor de los productos importados excede los € 10,000; el propósito es saber cuál es el valor de los productos con el fin de aplicarle una tarifa.
- ▶ ***Factura Comercial (Commercial Invoice)***. La factura comercial es utilizada en comercio internacional como una Declaración Aduanera del Valor, la cual debe ser entregada por la persona o la entidad que está exportando. Aun cuando no existe un formato estándar para este documento, el mismo debe contener cierta información específica.
- ▶ ***Lista de Empaque (Packing List)***. Es un documento comercial que acompaña a una factura y a los documentos de transporte. Contiene información de empaque, entre ellas el número de productos, dimensiones y peso por paquete, la sumatoria de las dimensiones totales, información de manejo del paquete e información pertinente de tráfico. La lista de empaque es utilizada por parte de la aduana para hacer el clareo de la carga y además para realizar una verificación y validación física de la Factura Comercial.
- ▶ ***Seguro de la Carga (Freight Insurance)***. Asegurar la carga es crucial para el transporte de mercadería, debido a la exposición a los riesgos. El seguro de transporte es un contrato en el cual los riesgos son cubiertos y las compensaciones son establecidas. El seguro de carga varía según el medio de transporte utilizado. Los tipos de transporte son carga por carretera, carga por ferrocarril, carga marítima o por agua y carga aérea.
- ▶ ***Documentos de carga (Freight Documents)***. Dependiendo del medio de transporte utilizado, los siguientes documentos debe ser llenados y presentados ante las autoridades aduaneras, al importarse productos a la UE, a uno de los estados Miembros, con el propósito de que los productos puedan salir de la aduana:

General: Bill of Lading FIATA Bill of Lading ATA Carnet TIR Carnet.

Documentos Específicos: Road Waybill (CMR) Air Waybill (AWB) Rail WayBills (CIM).

Certificados Sanitarios

La declaración de aduanas es obligatoria, excepto en casos de mercancías que se depositan en zona franca o depósito franco. Con arreglo a los procedimientos normales, la declaración de aduanas debe hacerse por escrito o mediante una técnica de procesamiento de datos.

Licencias automáticas de importación son necesarias a efectos estadísticos para determinados productos, principalmente agrícolas, y deben presentarse con la declaración de importación.

En forma general, no existen restricciones o barreras para el ingreso de la producción exportable del Ecuador. Como se ha indicado, la política comercial de Suecia viene definida por la Unión Europea, al ser este país uno de sus miembros desde 1995. La Unión Europea tiene una política comercial de corte liberal la cual está abierta a la importación desde una gran cantidad de países”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.6.1.5. Requisitos arancelarios

“Los aranceles que se presentan en el siguiente cuadro corresponden a los promedios ad valorem que Suecia aplica a los principales productos de la oferta exportable ecuatoriana”. (PRO-ECUADOR, 2014)

Cuadro.13

ARANCEL COBRADO POR SUECIA A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR		
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	ARANCEL
0803.00	Bananas o plátanos, frescos o secos	0.00%
0704.10	Coliflores y brécoles («brócoli»)	0.00%
0710.80	Las demás hortalizas	0.00%
4408.90	Las demás hojas para chapado (incluidas las obtenidas por cortado de madera estratificada)	0.00%
0603.11	Rosas	0.00%
3920.20	Las demás placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de propileno	0.00%
0306.13	Camarones, langostinos y demás decápodos natantia	0.00%
1604.14	Atunes, listados y bonitos (sarda spp.)	0.00%
0603.19	Los demás flores y capullos frescos	0.00%
0603.10	Flores y capullos	0.00%
1806.90	Los demás chocolates y preparaciones alimenticias	0.00%
1704.10	Chicles y demás gomas de mascar, incluso recubiertos de azúcar	17.20%
6504.00	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos	0.00%
1704.90	Los demás artículos de confitería	0.70%
3002.10	Antisueros (sueros con anticuerpos), demás fracciones de la sangre	0.00%

6.6.1.6. *Requisitos técnicos para los productos (para arancelarios)*

“Los requisitos técnicos para los productos, son un conjunto de reglamentos relacionados con la seguridad y la salud de los consumidores, estos son establecidos por los países con el propósito de proteger a sus ciudadanos de riesgos relacionados con la manufactura o con el consumo de un determinado producto. Debido a que estos requisitos se deciden comúnmente a nivel de países y pueden diferir entre países, se pueden convertir en barreras no arancelarias al comercio.

El Acuerdo General de Tarifas (GATT) incluye una serie de reglas para administrar estos requisitos técnicos y permite que se establezcan si son “necesarios para proteger la vida humana, animal o vegetal”. Sin embargo dichos requisitos no deben permitir discriminación o deben ser diseñados como una forma de evitar que un producto específico ingrese a un determinado país, estos reglamentos se especifican de acuerdo con dos grandes líneas:

- ▶ El Acuerdo de Barreras Técnicas al Comercio (BTC) o (Technical Barriers to Trade Agreement TBT) cubre los aspectos técnicos de la reglamentación, estándares y evaluaciones de conformidad y sus respectivos procedimientos para todas las áreas de productos.
- ▶ El Acuerdo Sanitario y Fitosanitario (Sanitary and Phytosanitary Agreement SPS) cubre todos los aspectos sanitarios y fitosanitarios y sus respectivas medidas.

Una gran cantidad de requisitos técnicos son armonizados en toda la Unión Europea, lo que significa que las mismas reglas son aplicadas en toda la UE para un determinado producto en todos los países miembros. Algunos reglamentos sin embargo son aplicados individualmente en cada país.

Aun cuando las tarifas de importaciones se han reducido de manera significativa en años recientes, el número de reglamentos técnicos por otro lado se está incrementado. Es por lo tanto que los exportadores estén atentos a cada uno de los requisitos técnicos que se aplican a cada producto.

La consulta de dichos requisitos técnicos por parte de los exportadores es provista por Open Trade Gate Sweden sin costo alguno para el exportador. Las consultas pueden

hacerse por medio de correo electrónico o por medio de un formulario de solicitud específico.

Todos los países miembros de la OMC están obligados a presentar estos puntos de consulta, donde los exportadores pueden acercarse y consultar sobre reglamentos técnicos o sobre estándares aplicados en un determinado país, en el caso de Suecia este punto de contacto es la Dirección Nacional de Comercio (The National Board of Trade)". (PRO-ECUADOR, 2014)

6.6.1.7. Requisitos del comprador

“En comercio Internacional no se puede hablar de unos “requisitos específicos o estandarizados del comprador” ya que cada comprador tiene libertad de exigir sus propios requisitos de manera específica, sin embargo los requisitos de cada comprador en el caso de la Unión Europea, tienen que cumplir con los requisitos de la UE, luego con los requisitos técnicos del Reino de Suecia en éste caso, para luego establecer requisitos específicos que deben estar en concordancia con las normas de la UE y del país.

Los grandes compradores tales como las cadenas de supermercados o los grandes minoristas, es común que hagan sus compras a través de Licitaciones Internacionales o conocidas en inglés como “Tenders”, muchas de las cuales se pueden hacer hoy en día en línea por medio del internet.

En estas licitaciones en línea, las especificaciones o requisitos del comprador se establecen de manera muy específica y detallada para el producto sujeto de la licitación. Comúnmente permiten que los proveedores se registren directamente en sus portales web, sin embargo es preferible que los proveedores interesados en hacer negocios con una de estas grandes cadenas, primero se presenten con la empresa personalmente de tal manera que las empresas al momento de calificar las licitaciones, tengan un conocimiento previo del proveedor. Es poco probable que se compre a un proveedor totalmente desconocido a pesar de que las condiciones de precio o de calidad del producto sean buenas.

Calificación del Riesgo del Proveedor. Las grandes empresas importadoras antes de hacer negocios con un determinado proveedor, llevan a cabo una evaluación extensa del

riesgo del proveedor y del país en el cual está localizado dicho proveedor, ya que estas empresas tienen como objetivo hacer negociaciones a largo plazo con el proveedor.

Una de las herramientas comúnmente utilizadas como primera evaluación de la calificación de riesgo por las grandes cadenas de supermercados o de minoristas es la calificación emitida por la Business Social Compliance Initiative (BSCI), la cual establece Riesgos País de acuerdo con una escala que incluye Riesgos Sociales, Riesgos Ambientales, Riesgos Económicos entre otros.

En caso de que un proveedor de interés para una empresa específica provenga de un país con alta calificación de Riesgo en BSCI, esto no significa que ese proveedor sea descalificado inmediatamente. El comprador puede llevar a cabo una Auditoria de la empresa y sobre todo las condiciones sociales y responsabilidad ambiental, sin embargo esto incrementa los costos y la complejidad a la hora de hacer negocios, por lo tanto es importante trabajar en un programa de mejoramiento de la calificación de riesgo de la BSCI.

Certificaciones

Las certificaciones de producto, ambientales o sociales no son obligatorias en Suecia, sin embargo existe una importante tendencia a preferir productos que ostentan ciertas certificaciones, sin embargo se puede decir que actualmente la mayor parte del mercado compra productos convencionales sin ninguna certificación específica. Cada importador o comercializador se reserva el derecho de exigir o no una determinada certificación para un producto determinado.

Dentro de los productos alimenticios que son los que mayor potencial tienen para las exportaciones ecuatorianas al mercado sueco, las principales certificaciones exigidas son:

- ▶ ***Certificado Orgánico***, conocido en Suecia como un Certificado Ecológico, siendo la certificación más común la certificación KRAV. Esta certificación es la más importante para la producción orgánica en Suecia, la cual es muy conocida en el mercado sueco y es apreciada por los consumidores.

Los productos certificados KRAV, deben estar claramente marcados con el símbolo Krav en sus etiquetas. Los principios en los que se basa Krav son: Un

medio ambiente sano y equilibrado, un cuidado adecuado a los animales, buena salud y responsabilidad social.

- ▶ ***Certificación Fair Trade.*** La certificación más importante relacionada con la responsabilidad social es la Certificación Fair Trade. Los consumidores suecos están muy conscientes de la importancia de cumplir con aspectos de responsabilidad social en su producción y por lo tanto la certificación Fair Trade ha ganado mucha fuerza en varios productos en el mercado del país nórdico.

Siendo tal vez la certificación Fair Trade en combinación con la certificación orgánica unas de las más importantes para el banano, ya que varios importadores están exigiendo la doble certificación en su producto.

Sin embargo a pesar de que la tendencia a consumir productos con doble certificación está creciendo, todavía representa apenas menos del 10% del mercado total.

- ▶ ***Marine Stewardship Council MSC.*** Los productos del mar exigen que los productos comercializados tengan la certificación otorgada por el Marine Stewardship Council MSC en sus productos. Los productos que tienen esta certificación deben tener dicha certificación marcada claramente en sus etiquetas.

Esta certificación está siendo exigida por casi todas las grandes cadenas de supermercados, aun cuando no es obligatoria para todos los productos que importan, aquellos productos que tienen la certificación MSC son preferidos por los compradores.

Existen en el mercado otras certificaciones, pero todas revisten menor importancia y a menos que un comprador específico exija dicha certificación no son relevantes a la hora de establecer lineamientos generales para las exportaciones a Suecia.

Condiciones de compra y condiciones de pago

Las condiciones de compra y de pago, son establecidas por los compradores y los vendedores de manera libre e independiente en cada negociación, no existe normativa nacional que interfiera con las mismas, siempre y cuando los precios de los productos cumplan con los reglamentos Anti Dumping establecidos por la UE”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.7. Estudio de mercado

6.7.1. Metodología modelo operativo

La empresa productora y exportadora de mermelada de frutilla a base de panela granulada estará en la capacidad para producir 326,40TM.

La movilización del producto se realizará en cajas de cartón con una capacidad de peso de 5kg la cual contendrá en su interior 12 unidades.

6.7.2. Nandina para exportar mermelada de frutilla a base de panela granulada

Materia prima: Frutilla y panela granulada.

Producto a elaborar para exportar: Mermelada de frutilla a base de panela granulada.

Para poder tener una información veraz sobre la nandina o subpartida bajo la cual el producto podrá ser exportado se revisará la página web del Banco Central del Ecuador.

Gráfico.4

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA
8459103000	DE FRESAR

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gracias a la información obtenida en la página web del Banco Central del Ecuador se pudo conocer varios subpartidas de las cuales se ve conveniente utilizar la nandina 8459103000 para la comercialización internacional del nuevo producto.

6.7.3. Logística

Con el objetivo de dar a conocer como se realizará posiblemente la movilización del producto, misma que será responsabilidad del comprador, se presenta información sobre la modalidad de transporte que existe desde Ecuador hasta Suecia – Estocolmo, incluido a ello el tiempo de transito aproximado.

6.7.4. Modalidad de transporte desde Ecuador a Suecia

“Los productos exportados desde Ecuador con destino hacia Suecia, generalmente se embarcan en el Puerto Marítimo de Guayaquil (GYE), en container (seco, refrigerado, break bulk, dependiendo del tipo de producto).

Existen varias líneas navieras que cubren el servicio desde el puerto de Guayaquil hacia los principales puertos en Europa. Mayor información en el sitio oficial de la Cámara Marítima del Ecuador (www.camae.org). Debe tenerse en cuenta los siguientes recargos:

- ▶ BAF (Bunker Adjustment Factor), relacionado directamente con el precio del petróleo, al cual se ajusta el recargo.
- ▶ CUC (Chasis Usage Charge), relacionado con la movilización interna de los contenedores dentro del puerto.
- ▶ THC (Terminal Handling Charge), costo de manipulación en la terminal de contenedores, que depende del puerto.
- ▶ Cruce del Canal de Panamá”. (PRO-ECUADOR, 2013)

Tiempo de tránsito marítimo aproximado

Gráfico.5

PAÍS DE DESTINO	PUERTO DE DESCARGA	T/T APROX.
PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	ROTTERDAM	26 - 28 días
ALEMANIA	BREMERHAVEN	24 - 26 días
	HAMBURGO	32 - 35 días
INGLATERRA	FELIXSTOWE	23 - 25 días
	TILLBURY	25 - 27 días
FRANCIA	LE HA VRE	25 - 26 días
BÉLGICA	ANTWERP	29 - 31 días
	AMBERES	20 - 22 días
REINO UNIDO	THAMESPORT	36 - 39 días
	TILBURY	23 - 25 días
ESPAÑA	BILBAO	31 -38 días
	BARCELONA	30 - 36 días
	VALENCIA	26 - 29 días
PORTUGAL	LISBOA	42 - 45 días
FINLANDIA	HELSINKI	39 - 41 días
POLONIA	GDYNIA	33 - 35 días
NORUEGA	OSLO	39 - 41 días
RUSIA	ST. PETESBURGO	22 - 24 días
IRLANDA	DUBLIN	24 - 26 días
SUECIA	ESTOCOLMO	24 - 26 días
ITALIA	GENOVA	30 - 32 días
	LIVORNO	31 - 34 días

Fuente: (PRO-ECUADOR)

Como se puede observar en el gráfico de la parte superior el tránsito aproximado a Suecia – Estocolmo es de 24 a 26 días.

A continuación se dará a conocer las vías de acceso que podría utilizar el comprador para distribuir el nuevo producto.

6.7.5. Medios de transporte disponibles en Suecia

“Suecia cuenta con 215,400 km. de carreteras, entre estatales, municipales y privadas; y con 11,904 km. de líneas férreas, más del 70% electrificadas. Trenes de alta velocidad comunican en tres horas a Estocolmo con Gotemburgo y en cuatro horas con Malmö.

La mayor parte de comercio internacional se realiza por vía marítima, al igual que la mitad del comercio interno, aprovechando la gran eficiencia y capacidad de almacenamiento. Los principales puertos para el transporte de contenedores se localizan en Gotemburgo, Estocolmo, Helsingborg, Malmö y Uddevalla. La línea costera de Suecia es de 2,700 km.

El sistema de aeropuertos está compuesto por 41 terminales áreas entre estatales, municipales y privadas. Los más importantes son Arlanda en Estocolmo, Landvetter en Gotemburgo y Sturup en Malmö. Existe un servicio de tren que tarda 20 minutos desde el aeropuerto desde Kastrup en Copenhague, Dinamarca, hasta la Estación Central de Malmö (cruzando el puente de Öresund inaugurado en julio de 2000). Compañías aéreas con vuelos regulares a Suecia desde Ámsterdam, Madrid y Barcelona son: Scandinavian Airlines SAS, Lufthansa, KLM, Swissair, Air France, Iberia, entre otras.

Entre los puertos más importantes con los que cuenta el país se encuentran los puertos de Brofjorden, Gotenburg, Helsingborg, Lulea, Malmo, Stenungsund, Stockholm, Trelleborg y Visby.

El ingreso de nuestros productos a Suecia, se complementa por una parte con la oferta de servicios aéreos a las ciudades de Estocolmo, Gotenburg, Malmo y Norrkoping, con conexiones regulares en Atlanta, Amsterdam, Panamá.

Para el transporte marítimo de carga hacia los puertos de Suecia, se usan conexiones con otros puertos como Hamburgo, Róterdam, Miami y Amberes, entre otros, con tiempos de tránsito entre 20 y 25 días.

Vía Marítima

Los principales puertos marítimos de Suecia son Estocolmo, Gotenburg, Malmo y Gavle.

El Puerto de Estocolmo

La ubicación geográfica de los puertos hace alternativas ambientalmente amigable de transporte hacia y desde Estocolmo y el Valle del malar. Un tercio de la población de Suecia vive aquí y se suministra a diario con las mercancías transportadas a través de nuestros puertos.

El Grupo de Puertos de Estocolmo incluye los puertos de Estocolmo, Kapellskär y Nynäshamn. Nuestros puertos en Estocolmo (Stadsgården, Frihamnen y Värtahamnen) son los puertos centrales de mercancías y pasajeros que viajan hacia y desde Finlandia, Rusia y los países bálticos. Los puertos de Kapellskär, 90 km al norte de Estocolmo y Nynäshamn, a 60 km al sur de Estocolmo, son pequeños puertos que con sus calles de entrada de corriente proporciona un excelente complemento a nuestros puertos más céntrico.

El Puerto de Kapellskär juega un papel importante en el rápido transporte de carga desde y hacia Finlandia y Estonia. El Puerto de Nynäshamn es un puerto del continente para el tráfico desde y hacia la isla de Gotland, y está ventajosamente situado para servir de funcionamiento de ferry tráfico en las rutas a los puertos en las zonas marítimas del centro y sur del Báltico.

Cuenta con servicios muy competitivos como cargue y descargue de contenedores, bulk cargo, servicios RoRo en los ferries que prestan los servicios en el puerto, los cuales además prestan servicio de transporte a más de 11 millones de pasajeros en el año.

El Puerto de Gotenburg

Una cuarta parte del total del comercio exterior de Suecia pasa a través del puerto de Gotemburgo y el 60 por ciento de todo el tráfico de contenedores. 70 por ciento de la industria de la región nórdica y la población están dentro de los 50 mil metros del puerto. Puerto de Gotemburgo tiene la más amplia gama de servicios de transporte marítimo, tanto dentro como fuera de Europa.

Terminal Skandia contenedores en el puerto de Gotemburgo es el único terminal en Suecia con la capacidad de recibir los buques portacontenedores más grandes del mundo, 24 lanzaderas de ferrocarril con salidas diarias para que las empresas en Suecia y Noruega puedan tener una ruta de medio ambiente sensible al puerto más grande de Escandinavia. El puerto de Gotemburgo, terminales de petróleo, automóviles, contenedores de carga rodada y pasajeros.

El Puerto de Gävle

El puerto de Gävle es el corazón de las importaciones y exportaciones en la costa este. La madera y el acero se encuentran aquí en su camino en el mundo, el café y el aceite en su camino a Suecia.

Constituye un centro logístico para la coordinación de los barcos, trenes, coches, contenedores y tráfico intermodal.

Puerto de Gävle está nominado para el premio "Ecologic", iniciado por DHL Global Forwarding. Junto con AFAB y Green Cargo, POG, ha sido nominado como uno de los tres grupos de empresa. El premio da aviso y las recompensas ambientales importante e innovador trabajo de logística que ha llevado a cabo en cooperación entre dos o tres partes en el área de Arlanda.

El Puerto de Malmö

Es el puerto más grande del norte de Europa en importación de vehículos, brinda servicios de carga ya descarga de contenedores, maneja todo tipo de carga, tiene una gran combinación con otros sistemas de carga como son terrestre, férreo y aéreo.

Cuenta con la certificación ISO 9001 en Administración.

Vía Terrestre

Red de carreteras

Suecia ocupa el décimo segundo lugar por kilómetros de Carreteras en el mundo y un excelente estado de las mismas, con un total de 572,900 km de los cuales son 1,855 km de autopista) esto incluye: 98,400 carreteras estatales, 433,500 caminos privados, 41,000 de caminos municipales.

Vía ferroviaria

Red ferroviaria Suecia posee más de 13,000 km de vías, una de las más importantes del mundo, es miembro de la Unión internacional de ferrocarriles, los principales operadores de pasajeros y de carga son de propiedad del Estado, los trenes suecos pasan

por las ciudades principales de Malmö, Helsingborg, Gothenburg y Stockholm cada hora durante todo el día.

Trenes de alta velocidad

Suecia tiene trenes de alta velocidad X2000 que son de los trenes más modernos del mundo. Llevan de un centro de la ciudad a otro suave y eficientemente a una velocidad máxima de 200 km/h (124 mph). El X2000 es conocido por su servicio de alta calidad y nivel de sonido bajo.

Trenes nocturnos SJ hacia el norte de Suecia - cubre una distancia de casi 2,000 km - es una de las rutas de trenes más extensas de Europa. Con una salida diaria desde Gotemburgo y dos salidas diarias desde Estocolmo, los trenes nocturnos SJ con destino al norte de Suecia brindan a los viajeros una oportunidad única para experimentar toda Suecia, desde las onduladas tierras de cultivo del sur hasta las regiones montañosas árticas del norte. Los trenes nocturnos SJ hacia el norte de Suecia operan la siguiente ruta:

- ▶ Göteborg/Stockholm - Umeå/Luleå/Kiruna – Narvik

El tren Lapplandståget o tren de Lapponia comienza en Suecia, ya sea en Malmö o en Gotemburgo y luego continúa hacia Estocolmo. Desde allí se dirige hacia el norte, pasando el círculo ártico hacia el destino final en Narvik. Puede viajar en vagones o en coches dormitorio (literas). Los pases InterRail son válidos para Inlandsbanan. Se requiere reserva. Se pueden reservar asientos por una tarifa de 59 SEK, literas por una tarifa de 269 SEK.

Sitio Web: Sitio web de Veolia Transport.

Vía aérea

La infraestructura aeroportuaria de Suecia está compuesta por 255 aeropuertos, de los cuales 152 se encuentran pavimentados. Sin embargo, los aeropuertos internacionales más importantes son el Aeropuerto de Arlanda de la ciudad de Estocolmo, ubicado a 42 km del norte de la ciudad, el Aeropuerto Landvetter de la ciudad de Gothenburg y el Aeropuerto de Sturup de la ciudad de Malmö.

Actualmente, ninguna aerolínea opera servicio directo hacia este destino, se utilizan conexiones con algunas ciudades Europeas como Madrid, Ámsterdam, entre otras”. (PRO-ECUADOR, 2013)

6.7.6. Perfil del consumidor

“Sectores económicos prósperos:

Los nuevos sectores de las tecnologías y las telecomunicaciones juegan un importante papel en la economía. Los sectores crecientes son las telecomunicaciones, la TI, la electrónica, la robótica y la industria farmacéutica.

Comportamiento del consumidor:

El factor determinante para los consumidores suecos es el precio, seguido por la calidad. Es muy importante para ellos obtener información antes de adquirir algún producto, especialmente cuando se trata de productos de consumo duraderos.

Otros factores principales a la hora de elegir son la relación calidad-precio, la habilidad del vendedor y el servicio post-venta. Cuando se compran muebles y aparatos para el hogar, los factores decisivos son la gama de elección disponible, el precio y la transparencia de la oferta.

Los suecos son leales a las marcas y a las tiendas. Una gran parte de la población cuenta con conexión a Internet, y se usa frecuentemente para obtener información y realizar compras.

Perfil del consumidor y su poder adquisitivo:

Normalmente, los consumidores suecos tienen recursos y poder adquisitivo para el consumo por encima de la mayoría de países europeos. Están acostumbrados a un nivel de vida más alto que en la mayoría de los países europeos y tienen altas expectativas. El gasto del consumo sueco está creciendo continuamente.

Recurso al crédito por parte del consumidor:

Los créditos al consumidor se usan mucho en Suecia.

Asociaciones de consumidores:

- ▶ Ombudsman, Agencia sueca del consumidor.
- ▶ Sverigeskonsumenter, Asociación sueca del consumidor.
- ▶ Konsumentensamverkan, Coalición sueca del consumidor”.
(SANTANDERTRADE)

6.7.7. Tendencias y preferencias del consumidor

“Se pone en manifiesto un claro cambio en el comportamiento del consumidor, se volvieron más conscientes del precio y sus compras se hicieron más estructuradas y planificadas. Dos cadenas nacionales, H&M (Hennes&Mauritz) y KappAhl AB poseen un valor de marca muy fuerte entre los compradores de ropa sueca. La moda sueca ha disfrutado de un alto perfil en la última década, debido al gran éxito mundial de la cadena H&M. Así también, el éxito de la moda sueca en parte se ha debido a las iniciativas del gobierno las cuales dan prioridad a las exportaciones de moda y diseño.

Las marcas más populares entre los consumidores ricos son HUMÖR jeans, mochilas de Sandqvist and Fjallraven y abrigos de Stutterheim. Las opiniones sobre las marcas, el diseño y la calidad son factores clave en el momento de la decisión de compra para los consumidores suecos más jóvenes, tanto en hombres como mujeres. En contraste, las generaciones mayores tienden a ser mucho menos consciente de las marcas.

La demanda de ropa deportiva está creciendo en el mercado sueco, con tres cadenas expandiéndose rápidamente (Decathlon, Usports y XXL), las cuales ofrecen marcas populares como Adidas y Nike. Al mismo tiempo, los consumidores recurren cada vez más a internet para realizar la compra de prendas de vestir debido a que es fácil poder comparar precios.

Hogares de bajos ingresos están empezando a comprar ropa en tiendas de comestibles, aunque esto ocurre con menor frecuencia en Suecia que en otros países. A pesar de esta tendencia, los consumidores tienden a recurrir a tiendas especializadas y minoristas al momento en la mayoría de los casos. El mercado de ropa para bebés y niños de lujo es cada vez más visto como el segmento de lujo próximo a despegar”. (PROM-PERÚ, 2013)

6.7.8. *Canales de distribución para las mercancías*

“Unas 2/3 partes de las importaciones suecas se comercializan a través de mayoristas /importadores/agentes. Los bienes de consumo y las materias primas industriales se importan normalmente a través de los mencionados canales. Los más importantes centros de distribución se localizan en Estocolmo, Gotemburgo, Malmo y Helsingborg.

El sistema de distribución comercial en Suecia, al igual que en el resto de los países escandinavos, se caracteriza por su concentración y centralización y está dominado por cuatro grupos que conjuntamente controlan el 80% del mercado mayorista: COOP NORDEN, ICA GRUPPEN, UNITED NORDIC (Axfood), REITAN GROUP.

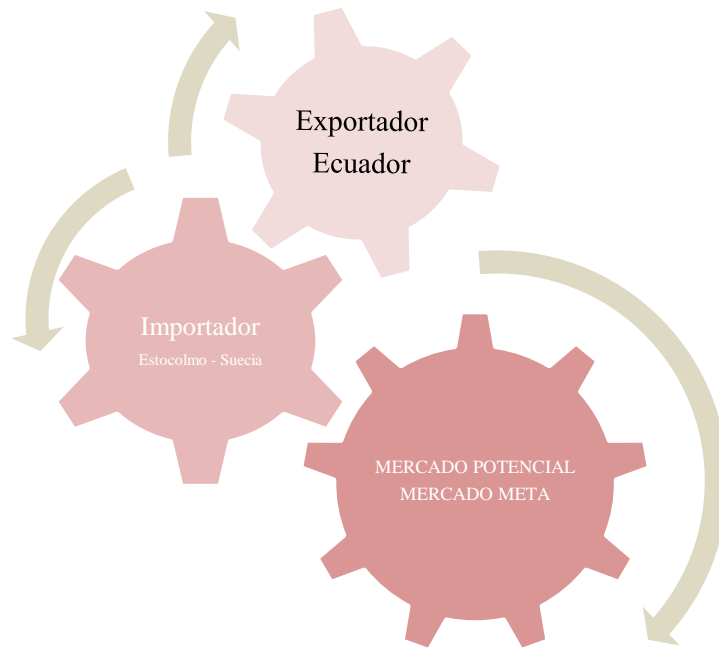
Por lo que se refiere al resto del sector de bienes de consumo hay, en general, un alto grado de importación en el mismo y se encuentra dominado por multinacionales, aunque las cadenas de confección suecas mantienen su predominio en el mercado sueco. Entre las principales cadenas suecas de ropa se encuentran H&M, Kappahl y Lindex.

Con respecto al sector de artículos para el hogar, éste está dominado por grandes cadenas que a su vez forman grupos empresariales integrados, como IKEA, DUKA, CERVERA, MIO y SVENSKA HEM. La aproximación con las cadenas debe hacerse como mucho tiempo y con la finalidad de proveer artículos de alta calidad, uniformidad, cumplimiento en los tiempos de entrega, precios y demás condiciones”. (PROM-PERÚ, 2013)

6.7.9. *Mercado potencial*

Para conocimiento de los inversionistas a continuación se describe cuál será directamente el mercado potencial para el nuevo producto, el mismo que será seleccionado de manera general, este mercado es Suecia Estocolmo, país donde se buscarán las empresas importadoras con las que se realizará la negociación comercial, estas importadoras serán quienes posterior a la compra del producto a comercializar tomarán la decisión y seleccionarán su mercado potencial.

Gráfico.6

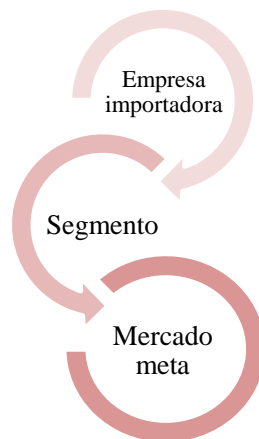


Elaborado por: La Autora

6.7.10. Mercado meta

Una vez ya establecido y determinado el mercado potencial a cargo del importador ya podrán definir cuál será su mercado meta, para lo cual cuentan con una lista de distribuidores como supermercados quienes concentran varios segmentos de mercado y debido a que se trata de un producto de consumo masivo, los posibles consumidores podrán seleccionarlo e incluirlo dentro de su dieta.

Gráfico.7

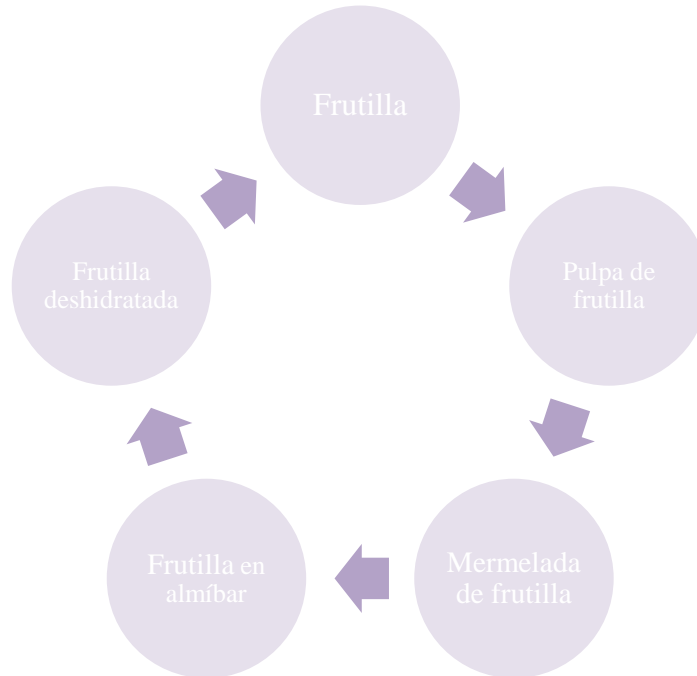


Elabora por: La Autora

6.7.11. *El producto*

Cadena de valor de la frutilla

Gráfico.8



Elaborado por: La Autora

La cadena de valor propuesta en el gráfico de la parte superior demuestra la importancia de la materia prima con la que se puede obtener diferentes productos elaborados a más de los mencionados se pueden producir muchos otros que bien pueden pasar a formar parte de la cartera de productos que la futura empresa pueda ofertar.

6.7.12. *Demanda*

Consumo per-cápita de frutilla

Para establecer el consumo per-cápita de frutas como la frutilla en países como Suecia, se deberá estimar el nivel poblacional junto con la tasa de crecimiento y las toneladas métricas que ha importado hasta la presente fecha.

Ya determinados esos datos, se procede a incrementar la tasa de crecimiento a la cantidad importada y de igual manera la población. De esta manera se establece la proyección que se obtendrá en un periodo de 10 años.

Cuadro.14

Población:	9.728.498			
Incremento:	0,89%			
AÑOS	CANTIDAD / TM	CANTIDAD / KG	POBLACIÓN SUECIA	CONSUMO KG POR HABITANTE
2014	13300,00	13300000,00	9815082	1
2015	13898,46	13898455,00	9902436	1,42
2016	14523,84	14523840,48	9990568	1,48
2017	15177,37	15177368,30	10079484	1,55
2018	15860,30	15860304,87	10169191	1,62
2019	16573,97	16573973,59	10259697	1,69
2020	17319,76	17319757,40	10351008	1,76
2021	18099,10	18099101,48	10443132	1,84
2022	18913,52	18913516,05	10536076	1,93
2023	19764,58	19764579,27	10629847	2,01

Elaborado por: La Autora

Demanda insatisfecha

Para evaluar la demanda insatisfecha del consumo sobre mermelada hecha de frutas como la frutilla en Suecia - Estocolmo, seleccionamos como referencia el porcentaje recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que es de 400gr diarios, mismo valor que al año es de 146000 gramos y al transformarlo en kg nos da un total de consumo anual recomendado de 146,00 kg.

Partimos con esos datos para realizar el cálculo de la siguiente manera.

Se toma el consumo anual por kilogramo del producto establecido que es de 1,00 en lo que va del 2014; valor al que se le resta el valor recomendado de consumo que es de 146,00 kg, resultando en un déficit de 144,64 kg.

Cuadro.15

AÑOS	CONSUMO KG POR HABITANTE	CONSUMO RECOMENDADO KG ANUALES	DÉFICIT POR HABITANTE
2014	1,36	146,00	-144,64
2015	1,42	146,00	-144,58
2016	1,48	146,00	-144,52
2017	1,55	146,00	-144,45
2018	1,62	146,00	-144,38
2019	1,69	146,00	-144,31
2020	1,76	146,00	-144,24
2021	1,84	146,00	-144,16
2022	1,93	146,00	-144,07
2023	2,01	146,00	-143,99

Elaborado por: La Autora

6.7.13. Paletización

Para poder conocer cuál será la cantidad total de producto por cajas y pallet se procede a realizar un cálculo sencillo en el cual da conocer que cada caja de 5kg haciendo un total en pallet de 30 cajas compiladas en filas cinco por columnas de seis debidamente distribuidas.

Gráfico.9

PALLETS		CAJA	TOTAL
Ancho cm	80	30	2,67
Largo cm	120	40	<u>3,00</u>
TOTAL			5,67
2 x 3 = 6 filas			

Elaborado por: La Autora

6.7.14. Containerización

Con el objeto de conocer cuál será la capacidad que podrá movilizar el contenedor seleccionado para el tipo de producto a comercializar se procede a efectuar un cálculo matemático determinando lo siguiente.

Gráfico.10

CONTENEDOR		PALLETS	TOTAL
Ancho cm	228	80	2,85
Largo cm	1156,1	120	9,63
2 x 9= 18 Pallets por contenedor			

Elaborado por: La Autora

El contenedor seleccionado y adecuado para la transportación es un REFFER de 40 pies, mismo que estará en la capacidad de carga de 18 pallets, donde en total estará movilizandando 540 cajas, al año serán 6480, haciendo un total de unidades de 77760 frascos con mermelada de frutilla y panela granulada.

6.7.14.1. Envase

Como para todo producto hay que decidir cuál será el envase con el que se comercializará, más que todo por su presentación para el importador, en este caso será un frasco de vidrio de 350gr.

El envase de vidrio seleccionado para el producto es el más adecuado e estos casos, ya que al tratarse de un compuesto orgánico evitará que su composición surja cambios organolépticos, a más de cumplir con los requisitos para reciclado.

No obstante el producto envasado ya saldrá con una etiqueta que cumpla con las exigencias que le permitirá circular libremente en el mercado.

6.7.14.2. Empaque y/o embalaje

Como protección para el producto en mención a comercializar internacionalmente se dispone colocarlos en cajas de cartón, el cuál no solo los protege durante su transportación sino también al momento de su manipulación.

Gráfico.11



Las medidas de la caja se especifican en el gráfico de la parte superior.

6.7.14.3. Etiquetado

El etiquetado que llevará el respectivo producto tendrá considerado todas los requerimientos del rotulado nutricional exigido por el mercado de Suecia para protección del consumidor.

Como todo producto a ser comercializado internacionalmente llevará consigo una etiqueta que en muchos casos puede ser provisional, debido a que el importador será quien ponga frente al consumidor la imagen del producto.

Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Requisitos del comprador:

“Los exportadores deben obtener información detallada de los compradores sobre el tipo de embalajes, empaques y etiquetados que aplican a los productos. Muchos productos de amplia distribución en la región están etiquetados tanto en sueco, como en noruego, danés, finlandés e inglés.

Las etiquetas debe describir con precisión el contenido de los empaques:

- ▶ En idioma sueco.
- ▶ Peso neto o en volumen en el sistema métrico.
- ▶ Lista de ingredientes en orden descendente de acuerdo al peso.
- ▶ Nombre y dirección del fabricante, envasador o importador.
- ▶ Nombre comercial del producto.
- ▶ Determinados productos alimenticios deben informar sobre el país de origen.
- ▶ Fecha de caducidad”. (PRO-ECUADOR, 2013)

6.7.15. Intercambio comercial de Suecia

6.7.15.1. Principales productos y destinos de exportación

“La economía sueca está basada en el comercio internacional caracterizándose por una gran apertura al libre comercio, en éste país el libre comercio incluidas las importaciones se considera la base fundamental para sustentar sus exportaciones, las cuales están bastante equilibradas y diversificadas en un gran número de sectores, en el grafico siguiente se observa la participación de las exportaciones por sector productivo, en donde se aprecia que los dos principales sectores Maquinaria y Vehículos no sobrepasan el 16% ninguno de ellos”. (PRO-ECUADOR, 2014)

Gráfico.12



“A su vez las exportaciones suecas según la Organización Nacional de Estadísticas (Statistics Sweden), están altamente diversificadas hacia varios mercados, siendo los mercados geográficamente cercanos o los otros miembros de la Unión Europea los principales. Sin embargo, Estados Unidos por su importancia económica mundial es el sexto socio comercial de Suecia. Ninguno de los socios comerciales de Suecia tiene una participación mayor al 10% de sus exportaciones, este equilibrio y distribución de las exportaciones hace que se disminuyan los riesgos o la dependencia económica en un solo producto o un mercado específico. La diversificación en los mercados y en los productos le da una gran fortaleza económica y estabilidad a Suecia, lo cual se refleja en como Suecia pudo superar la crisis que afectó a la mayor parte de países europeos en 2008 sin mayores dificultades”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.7.15.2. *Los principales socios comerciales de Suecia*

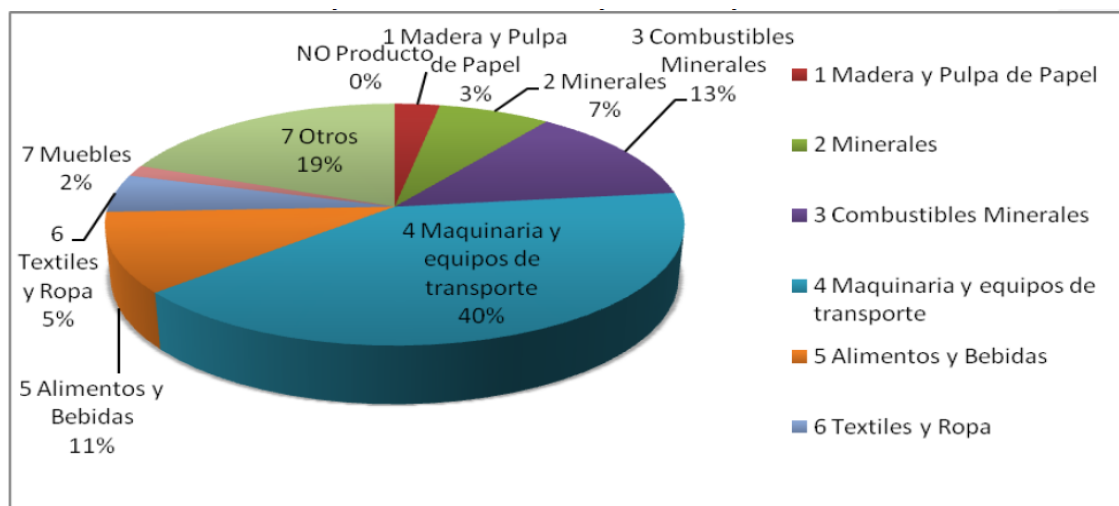
Gráfico.13

PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE SUECIA	
País	Participación
Noruega	10.4
Alemania	10.2
Reino Unido	7.2
Dinamarca	7.2
Finlandia	6.9
EEUU	6.8
Holanda	5
Bélgica	4.6
Francia	4.4
China	3.5
Polonia	2.9
Italia	2.4
Rusia	1.9
España	1.8
Japón	1.3
Turquía	1.1
Suiza	1
Austria	0.9
Arabia Saudita	1
India	0.9

Fuente: (PRO-ECUADOR, 2014)

6.7.15.3. *Principales productos importados por Suecia*

Gráfico.14



“Las principales importaciones de Suecia se pueden clasificar dentro de 6 grandes rubros de productos: Madera y productos de pulpa de madera y pallets, minerales y materias primas, químicos y productos de Caucho, minerales y combustibles, Maquinaria y equipo de transporte, y Otros productos como Alimentos y Bebidas, textiles, ropa y zapatos; Y finalmente el menor de estos segmentos es el muebles. Las materias primas tales como Madera y productos de pulpa de papel, Minerales, tales como el hierro, y metales ferrosos, productos químicos, materiales orgánicos e inorgánicos, plásticos, caucho natural y productos de caucho, aceites minerales, y productos de petróleo. Estos productos sirven como materias primas para la gran industria de transformación que tiene Suecia y por lo tanto tiene gran apertura comercial, ya que su manufactura y exportaciones están basadas en la capacidad importadora. Otros productos importantes dentro del portafolio de importaciones de Suecia son las maquinarias y los equipos de transporte, incluidos vehículos de pasajeros, vehículos pesados, partes y piezas necesarias para la fabricación de vehículos o de maquinaria”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.7.15.4. Principales productos exportados por Ecuador a Suecia

“El comercio bilateral entre el Ecuador y Suecia está muy concentrado en pocos productos, en los cuales a su vez el Ecuador tiene una pequeña o minoritaria participación del mercado. Si bien en los últimos 6 años las exportaciones suecas se han incrementado de manera importante, todavía el comercio entre estos dos países es bastante bajo, si bien existe un gran potencial para varios productos exportados por el Ecuador ya que actualmente el país nórdico está importando grandes cantidades de estos productos desde otros mercados”. (PRO-ECUADOR, 2014)

Gráfico.15

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A SUECIA			
Descripción	Suecia importa desde Ecuador		
	2011	2012	2013
	\$24 196,00	\$20 907,00	\$24 815,00
Banano	\$16 446,00	\$14 443,00	\$19 854,00
Brócoli congelado	\$5 285,00	\$4 669,00	\$4 141,00
Materias plásticas	\$ 441,00	\$ 362,00	\$ 386,00
Rosas	\$ 192,00	\$ 196,00	\$ 59,00
Sombreros	\$ 42,00	\$ 24,00	\$ 44,00
Preparados de legumbres, hortalizas	\$ 47,00	\$ 12,00	\$ 40,00
Chocolate	\$ 46,00	\$ 55,00	\$ 35,00
Artesanías	\$ 61,00	\$ 81,00	\$ 70,00
Madera	\$ 892,00	\$ 421,00	\$ 10,00
Café	-----	-----	\$1,00
Camarón	\$ 357,00	\$ 74,00	-----

“Como se observa en la tabla y el grafico anterior, son 11 productos que tienen una historia de exportaciones de Suecia desde el Ecuador en los últimos tres años, sin embargo las exportaciones desde el Ecuador están concentradas en tres productos que representan el 98.3%, destacándose: Banano 80,0 % Brócoli congelado 16,7 % Materiales Plásticos 1,6 % En ninguno de estos productos Ecuador tiene una participación mayoritaria del mercado, se destaca el banano, sin embargo solo tiene alrededor de un 12% de participación del mercado, estos datos deben tomarse con mucha cautela ya que debido al Efecto de Rotterdam, muchos productos incluido el banano y las rosas entran primero a otros mercados de la UE y luego son “reexportados” o vendidos a Suecia por estos mercados. En el caso del banano, es importado y reexportado por Alemania y Bélgica, y en el caso de las rosas, es importado y reexportado por Holanda, luego son comercializados en Suecia libremente. El hecho presentado anteriormente solamente es demostrable al hacer una prospección directa del mercado, en dónde se encuentra gran cantidad de banano del Ecuador o rosas que no han sido importadas directamente desde el Ecuador”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.7.15.5. *Productos ecuatorianos con potencial en el mercado sueco*

“La metodología que se ha utilizado para la determinar los productos con mayor potencial en el mercado sueco que podrían ser importados desde el Ecuador, contempla un análisis estadístico de las importaciones suecas desde el Ecuador en los últimos 9 años basándose en la estadística sueca, se han visto tendencias de importaciones de estos productos desde otros mercados, adicionalmente se ha hecho una evaluación empírica mediante la prospección de mercados, y entrevistas a potenciales socios comerciales del Ecuador en Suecia. Los principales productos ecuatorianos de los cuales se ha identificado que tienen potencial en Suecia son”: (PRO-ECUADOR, 2014)

Gráfico.16

Productos ecuatorianos con potencial		
Producto	Partida Arancelaria	Valoración/Potencial
BANANO	0803.90	Alto
ROSAS	0603.11	Medio
CAMARÓN	1604.14	Medio
PESCADO CONGELADO	0306.17	Alto
CAFÉ	0901.21.10	Medio
BRÓCOLI	0710.80	Alto
CHOCOLATE	1806.32	Alto
TURISMO		Muy Alto
ATÚN	1604.14	Alto
PULPAS DE FRUTA Y CONGELADOS		Medio
CHIFLES DE BANANO	2008.99	Alto
FRUTAS DESHIDRATADAS		Alto
MADERA	4403	Medio
MADERA CONTRACHAPADA	44	Medio
SOMBREROS DE PAJA	6505.	Medio
ARTESANÍAS	Varias	Medio
ACEITE DE PALMA AFRICANA	1511.10	Alto
BALSA	4407.22	Bajo
QUINOA	1008.50	Alto
CHÍA	1207.99	Alto
CERÁMICA PLANA	6908.	Medio
ACEITE DE PESCADO	1504.20.11	Medio
VAJILLAS DE CERÁMICA	6911.10	Medio
PLASTICOS POLIETILENO		Alto

6.7.15.6. *Productos de prohibida importación*

“Las regulaciones para el ingreso de productos dependen básicamente de si proceden desde países miembros de la UE o de terceros países. Algunos productos con restricciones de ingreso son: armas y explosivos, agujas hipodérmicas y jeringas, medicamentos, venenos, vinos y bebidas alcohólicas, que pueden importarlos solamente empresas e instituciones autorizadas y requieren de licencias y permisos especiales. No pueden ingresar especies animales o vegetales en peligro de extinción sin el debido permiso”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.7.16. *Balanza comercial entre Ecuador y Suecia*

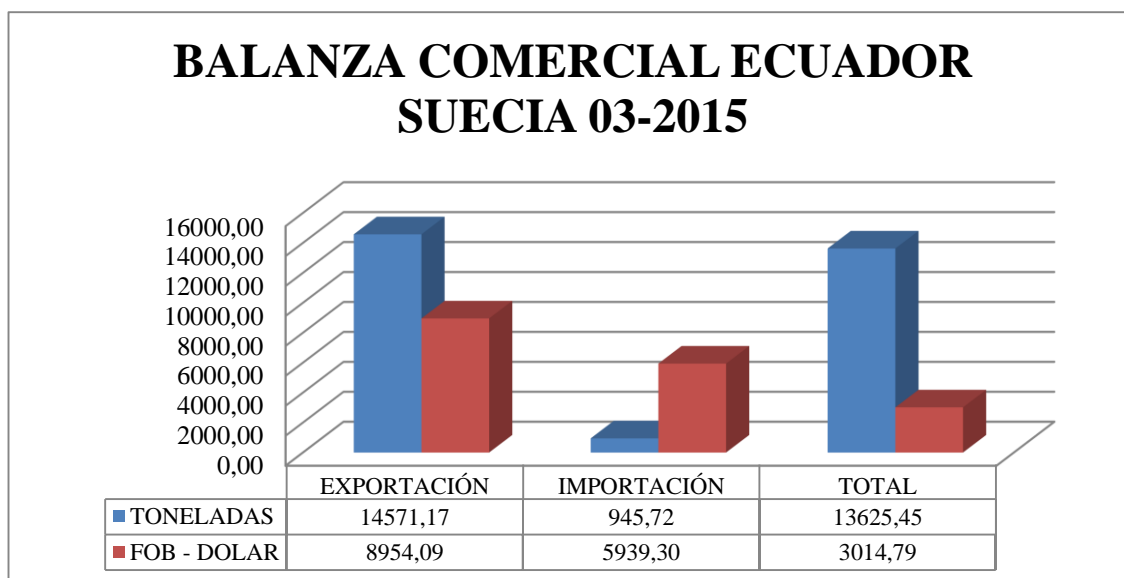
Balanza comercial bilateral

Gráfico.17

AÑO 2014	TONELADAS	FOB - DOLAR
EXPORTACIÓN	14571,17	8954,09
IMPORTACIÓN	945,72	5939,30
TOTAL	13625,45	3014,79

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico.18



Fuente: Banco Central del Ecuador

6.8. Requisitos aduaneros de exportación

6.8.1. Obtención del registro de exportador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>.

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>.

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos.
2. Crear usuario y contraseña.
3. Aceptar las políticas de uso.
4. Registrar firma electrónica.

6.8.2. Proceso de exportación

“Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- ▶ Del exportador o declarante.
- ▶ Descripción de mercancía por ítem de factura.
- ▶ Datos del consignante.
- ▶ Destino de la carga.
- ▶ Cantidades.
- ▶ Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- ▶ Factura comercial original.
- ▶ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- ▶ Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- ▶ Canal de Aforo Documental.
- ▶ Canal de Aforo Físico Intrusivo.
- ▶ Canal de Aforo Automático.

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada”. (SENAE, 2012)

6.8.3. *Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica TOKEN*

“Registro de empresas o compañías:

Ingresar a la página web del Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec, seleccionar el menú “Certificación Económica”, dar clic en “Registro Empresa u Organización”, y proceder a llenar campos solicitados sobre información de la empresa y adjuntar los archivos requeridos en formato Pdf., para luego esperar el correo electrónico de confirmación de registro y correo electrónico de aprobación en la cuenta de la empresa o el correo ingresado al momento del registro”. (PRO-ECUADOR, 2013)

6.8.4. *Requisitos para Obtener Certificados de Origen*

“Registro en el ECUAPASS

El primer paso que debe realizar el exportador para obtener un certificado de origen es registrarse en el ECUAPASS a través del sitio web <https://portal.aduana.gob.ec/>, opción “Solicitud de Uso”, o registrarse en los sitios web de FEDEXPOR o Cámaras autorizadas por el MIPRO para la emisión de los mismos.

Generación De La Declaración Juramentada De Origen “DJO”

En el ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”, el exportador deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen. La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistemática si el producto cumple los requisitos para gozar de origen Ecuatoriano.

Duración 2 años.

Generación Del Certificado

En el ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, el exportador deberá llenar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO.

En el caso de que el exportador escogiera FEDEXPOR o las Cámaras, deberá ingresar al sistema desde el sitio web respectivo y llenar el formulario, para posteriormente retirar el certificado físico.

Existen varios tipos de especies o certificados de origen. Estos van a diferir según el país de destino al que se emita.

Existen certificados de origen para los siguientes sistemas, bloques económicos o actos:

MERCOSUR, ALADO Y CAN: los emisores son FEDEXPOR y Cámaras.

Acuerdo Comercial – Unión Europea, y Terceros Países: único emisor el MIPRO”. (PRO-ECUADOR, 2014)

6.9. Fundamentación

La fundamentación del proyecto en desarrollo se fortalece gracias a que actualmente ya existen empresas que se encargan de elaborar productos similares, mismas que con el pasar del tiempo han evolucionado favorablemente expandiendo su alcance y gama de productos a comercializar, entre ellas podemos mencionar a SIPIA S.A. PROFRUTAS CIA LTDA, NATUTROPIC, entre otras y que cubren parte la demanda nacional y parte de la demanda internacional.

6.10. Administración

▶ La Empresa

La empresa se constituye como una empresa agroindustrial, destinada a la elaboración y exportación de mermelada de frutilla a base de panela granulada.

▶ **Razón Social**

La razón social de la empresa será de Sociedad Anónima (S.A.) y en un inicio estará conformada por 7 socios cuyos aportes no serán menores a la que fije la Superintendencia de Compañías.

▶ **Nacionalidad**

La empresa tendrá la nacionalidad ecuatoriana y se enmarcará dentro de la Constitución y las leyes del Estado ecuatoriano.

▶ **Domicilio y Oficinas**

Las oficinas de la administración, estarán ubicadas en el cantón Machala provincia de El Oro. República de Ecuador.

▶ **Funciones Básicas de la Administración**

Las funciones de la Empresa están regidas por la Ley y Reglamento general de Compañías, Estatutos y Reglamentos Internos.

6.10.1. Evaluación Social

Con la realización de la presente propuesta se espera generar nuevas plazas de trabajo en el sector de influencia que en la actualidad vive escaso de ayuda por parte de las autoridades competentes. Inclusive la banca privada hasta el momento no ha beneficiado a los emprendedores y/o clientes con un perfil bajo en cuanto créditos de inversión productivos.

El presente estudio contempla elaborar y comercializar mermelada de frutilla a base de panela granulada en frascos de vidrio de 350gr, con destino hacia el mercado de Suecia y a los posibles demandantes del producto.

Se aprovechará además el creciente apoyo del sector público a través de los ministerios competentes y banca pública para la iniciativa de creación de empresas industriales transformadoras de materia prima a mercados internacionales no tradicionales.

6.10.2. Evaluación Ambiental

Hoy en día, las fábricas e industrias deben cumplir ciertos parámetros que permitan disminuir al mínimo el impacto ambiental entre la explotación de recursos por parte del hombre y la naturaleza.

Los proyectos nuevos para que sean admitidos requieren la inclusión de estudios sobre impacto ambiental y si su actividad afecta al medio ambiente, debe incluirse programas de reparación y mitigación.

El proyecto propuesto no tiene ninguna incidencia directa al medio ambiente, por lo que no ocasiona daños al ecosistema circundante. Esto debidamente apegado a la Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 71-74 donde se le otorga los derechos a la Madre Naturaleza.

6.11. Marca Del Producto

La empresa elaboradora y exportadora de mermelada de frutilla a base de panela granulada comercializará el producto con la marca “¡Mucho Mejor! si es hecho en Ecuador”, ya que dicha marca garantiza la calidad del mismo en cumplimiento con las diversas exigencias internacionales para la manufactura de productos.

Los requisitos para obtener el registro de dicha marca para los productos son:

- ▶ Copia del Nombramiento del Representante Legal.
- ▶ Copia del RUC.
- ▶ Copia de estándares de calidad en proceso de producción (Normas INEN, normas ISO-BPM's. y/o Norma técnicas y fitosanitaria). Para el caso de la mermelada de frutilla a base de panela granulada, se tiene previsto cumplir con la Norma INEN 0419 que establece los requisitos que deben cumplir las mermeladas de frutas.
- ▶ Registro de la marca en el IEPI o certificado de presentación de iniciación de trámite de registro de marca.
- ▶ Monto de ventas anuales.

6.12. Resultados Esperados de la Propuesta

- ▶ Tecnificación de los cultivos y tratamiento de la frutilla de manera permanente para el abasto como proveedores de la materia prima.
- ▶ Aprovechamiento de la producción nacional de panela granulada para uso como insumo para la mermelada.
- ▶ Incremento de la oferta de productos elaborados a base de frutilla y panela granulada.
- ▶ Ampliación de la lista de socios comerciales en este caso Ecuador Suecia – Estocolmo.
- ▶ Aporte al desarrollo agroindustrial y crecimiento del sector productor de frutilla.
- ▶ Garantizar un desarrollo económico sostenible a mediano y largo plazo en la actividad económica oreense.

Bibliografía

AGROINDUSTRIA.PERÚ. AGROINDUSTRIA. [En línea] [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://agroindustriaperu.galeon.com/>.

ALEGSA. 2009. [En línea] 2009. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://www.alegsa.com.ar/>.

ALFREDO. 2010. [En línea] agosto de 2010. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://www.buenastareas.com/>.

COGNOS. 2010. [En línea] 2010. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://www.cognos-capacitacion.com/>.

COMUNIDAD FOREX. 2013. [En línea] 18 de abril de 2013. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://www.efxto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>.

COPCI. 2010. COPCI. [En línea] 12 de 2010. [Citado el: 18 de febrero de 2015.] http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf.

DEFINICIÓNABC. 2007. DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN. [En línea] 2007. [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>.

ECO-FINANZAS. 2013. [En línea] 2013. [Citado el: 25 de febrero de 2014.] <http://www.eco-finanzas.com/>.

ECONOMÍA POLÍTICA INTERNACIONAL. 2012. [En línea] 2012. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://www.lateinamerika-studien.at/>.

ECOSTRAVEL. 2011. [En línea] 2011. [Citado el: 8 de marzo de 2013.] <http://www.ecostravel.com/>.

FAIRTRADE INTERNACIONAL. CERTIFICACIÓN FAIRTRADE. [En línea] 2011. [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://www.fairtrade.net/what-is-fairtrade.html?&L=1>.

FRUTAS Y HORTALIZAS. Fresa, *Fragaria vesca* var. *hortensis* / Rosaceae. [En línea] [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Presentacion-Fresa.html>.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. 2006. PROMONEGOCIOS.NET. *CONCEPTO DE PRODUCTO*. [En línea] 01 de 2006. [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html>.

LAREPUBLICA.PE. LA PANELA. [En línea] [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://archivo.larepublica.pe/30-10-2013/la-panela-un-alimento-natural-por-excelencia-para-combatir-la-desnutricion>.

LEXI. 2014. LEY DE COMERCIO EXTRIOR E INVERSIONES. [En línea] 2014. [Citado el: 18 de febrero de 2015.] http://www.sice.oas.org/investment/NatLeg/Ecu/Ec1297_s.asp.

MARKETING. 2009. [En línea] 20 de marzo de 2009. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://markegruop.blogspot.com/>.

MIDEFINICIÓN.DE. 2008. DEFINICIÓN DE INSUMO. [En línea] 2008. [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://definicion.de/insumo/>.

PRO-ECUADOR. 2014. CERTIFICADO DE ORIGEN. [En línea] 2014. [Citado el: 22 de septiembre de 2014.] <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>.

—. **2013.** FIRMA ELECTRÓNICA Y TOKEN. [En línea] 2013. [Citado el: 22 de septiembre de 2014.] <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-el-certificado-digital-de-firma-electronica-y-token/>.

—. **2014.** MERCADO DE SUECIA. [En línea] 2014. [Citado el: 07 de 04 de 2015.] http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/PROECU_GC2014_SUECIA.pdf.

—. **2013.** MERCADO SUECIA. [En línea] 2013. [Citado el: 17 de 02 de 2015.] http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/PROEC_FC2013_SUECIA.pdf.

—. TIEMPO DE TRANSITO APROXIMADO. [En línea] [Citado el: 15 de 03 de 2015.] <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/02/TT-Europa.pdf>.

PROMONEGOCIOS. 2011. [En línea] 2011. [Citado el: 12 de mayo de 2014.] <http://www.promonegocios.net/>.

PROM-PERÚ. 2013. MERCADO DE SUECIA. [En línea] 2013. [Citado el: 17 de 02 de 2015.] <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/700745156rad5F58E.pdf>.

PTO VITAL. 2010. [En línea] 2010. [Citado el: 21 de 08 de 2014.] <http://www.puntovital.cl/alimentacion/sana/nutricion/frutilla.htm>.

SANTANDERTRADE. MERCADO DE SUECIA. [En línea] [Citado el: 07 de 04 de 2015.] <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/suecia/presentacion-general>.

—. **2013.** MERCADOS POTENCIALES. [En línea] 2013. [Citado el: 15 de 03 de 2015.] <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/mercados-potenciales#resultats>.

SENAE. 2012. [En línea] 2012. [Citado el: 22 de septiembre de 2014.] http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action.

ANEXOS

ANEXO "A"
CUADRO DE INVERSIONES
En dólares

INVERSIÓN FIJA			
Denominación	Unidad	V/Unit.	V/Total
TERRENOS			39500,00
Predio Rural		39500,00	
CONSTRUCCIONES			122000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			163455,6
Maquinaria		140783,00	
Equipo		7813,00	
10% Instalac. Maq y Eq.		14859,60	
<i>Subtotal Maq. y Equipo</i>			
OTROS ACTIVOS			119836,11
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	15132,54		
TOTAL EQUIPO DE OFICINA	15934,98		
TOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO	6630,00		
TOTAL VEHÍCULOS	59400,00		
TOTAL LABORATORIOS	6100,00		
TOTAL DIFERIDOS	16638,59		
IMPREVISTOS (10% R. A.)		444791,71	44479,17
TOTAL DE INVERSIÓN FIJA			489270,88
CAPITAL DE TRABAJO (CO)			182143,70
TOTAL DE INVERSIÓN			\$ 671.414,58

ANEXO "B"
CAPITAL DE OPERACIONES O TRABAJO
En dólares

RUBRO	T. EN MESES	V/ANUAL	VALOR
Mano de Obra Directa	2	99798,00	16633,00
Materia Prima	2	507649,92	84608,32
Costos Indirectos de Producción	2	280872,78	46812,13
Gastos de Administración	2	86189,08	14364,85
Gastos de Venta	2	59490,03	9915,00
Gastos Financieros	2	45946,28	7657,71
Gastos de Exportación	2	12916,08	2152,68
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN			\$ 182.143,70

ANEXO "C"
INGRESOS DEL PROYECTO
En dólares

DENOMINACIÓN	CANT	V/UNIT	V/TOTAL
Mermelada de frutilla con panela granulada en frascos de 350 gr.	932571,4286	1,40	1305600
TOTAL INGRESOS			\$ 1.305.600,00

**ANEXO “D”
COSTOS DE PRODUCCIÓN
En dólares**

RUBRO	V/AÑO
Mano de Obra Directa	99798
Materia Prima	507649,92
Costo Indirecto de Producción	280872,78
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	888320,70

**ANEXO “D1”
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
En dólares**

RUBRO	CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL
Mano de obra directa			\$ 99.798,00
Materia Prima			\$ 507.649,92
Costos Indirectos de Producción			\$ 280.872,78
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN			\$ 888.320,70
UNIDADES PRODUCIDAS			\$ 932.571,43
VALOR UNITARIO			\$ 0,95

**AÑEXO “D2”
MATERIA PRIMA O MATERIALES DIRECTOS
En dólares**

DENOMINACIÓN	CANT. TM	V/UNITARIO	V/TOTAL
Frutilla	326.400,00	1,25	408.000,00
Panela granulada	22.848,00	0,75	17.136,00
Pectina	6.528,00	8,50	55.488,00
Ácido cítrico	3.264,00	4,85	15.830,40
Sorbato de potasio	2.284,80	4,90	11.195,52
TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 507.649,92

**ANEXO “D3”
MANO DE OBRA DIRECTA
En dólares**

CARGO	CANT.	S.B.S.	BENF. SOC.	V/MENSUAL	V/ANUAL
Operador de Lavado	1	400,00	154,43	554,43	6653,20
Operador de marmita	1	400,00	154,43	554,43	6653,20
Operador de pasteurizadora	1	400,00	154,43	554,43	6653,20
Operador de Dosificadora	1	400,00	154,43	554,43	6653,20
Operador de despulpadora	1	400,00	154,43	554,43	6653,20
empacadores	10	400,00	154,43	554,43	66532,00
TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA					99798,00

ANEXO “E”
GASTOS ADMINISTRATIVOS
En dólares

SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO					
CARGO	CANT.	S.B.S.	BENEF. SOC.	V/MENSUAL	V/ANUAL
Gerente	1	1200,00	410,30	1610,30	19323,60
Contador	1	800,00	282,37	1082,37	12988,40
Auxiliar Contable	1	400,00	154,43	554,43	6653,20
Secretaria	1	500,00	186,42	686,42	8237,00
Auxiliar de Servicios	1	360,00	141,64	501,64	6019,68
Chofer	1	480,00	180,02	660,02	7920,24
SUBTOTAL SUELDO					61142,12
DEPRECIACIONES					
DESCRIPCIÓN	MONTO		%	V/DEPREC	
Edificio	11000,00		5%	550,00	
Muebles y Enseres	11071,00		10%	1107,10	
Equipos de Oficina	6630,00		10%	663,00	
Equipos de Computo	3467,50		33,33%	1155,83	
Vehículo	15800,00		20%	3160,00	
SUBTOTAL DEPRECIACIONES					6635,93
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO					
DESCRIPCIÓN	MONTO		%	V/TOTAL	
Edificio	11000,00		2%	220,00	
Muebles y Enseres	11071,00		2%	221,42	
Equipos de Oficina	6630,00		2%	132,60	
Equipos de Computo	3467,50		2%	69,35	
Vehículo	15800,00		2%	316,00	
SUBTOTAL REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO					959,37
SEGUROS					
DESCRIPCIÓN	MONTO		%	V/TOTAL	
Edificio	11000,00		4%	440,00	
Muebles y Enseres	11071,00		4%	442,84	
Equipos de Oficina	6630,00		4%	265,20	
Equipos de Computo	3467,50		4%	138,70	
Vehículos	15800,00		4%	632,00	
SUBTOTAL SEGUROS					1918,74
SUMINISTROS					
DESCRIPCIÓN	CANT.	V/UNITARIO		V/ANUAL	
Útiles de aseo y Limpieza	12	30,00		360,00	
Útiles de Oficina	12	50,00		600,00	
Bidones de Agua	300	1,50		450,00	
Combustible	12	10,00		120,00	
Lubricantes	12	20,00		240,00	
SUBTOTAL DE SUMINISTROS					1770,00
CAPACITACIÓN					
Cursos y Seminarios	1	2000,00		2000,00	
SUBTOTAL OTROS					2000,00
ASESORIA JURIDICA, CONTABLE Y FINANCIERA					
Abogado	1	300,00		300,00	
Auditor Externo	1	1000,00		1000,00	
SUBTOTAL OTROS					1300,00

AMORTIZACIONES			
DESCRIPCIÓN	MONTO	%	V/TOTAL
Pruebas e Inv. Preliminares	1150,00	20%	230,00
Gastos de Constitución	300,00	20%	60,00
Patentes	400,00	20%	80,00
Gastos de Diseño de Embalaje del producto	650,00	20%	130,00
Registro Sanitario	250,00	20%	50,00
Registro de Marca	1044,00	20%	208,80
Estudio de Factibilidad	12844,59	20%	2568,92
SUBTOTAL PRUEBAS PRELIMINARES			3327,72
GASTOS GENERALES			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL
Energía Eléctrica	3500	0,14	490,00
Internet	12	33,60	403,20
Agua Potable	12	6,00	72,00
Telefonía	12	50,00	600,00
Frecuencia de Radio	12	5,00	60,00
Impuestos Prediales	1	30,00	30,00
Suscripciones	2	240,00	480,00
Participación en Ferias Internacionales	1	5000,00	5000,00
SUBTOTAL GASTOS GENERALES			7135,20
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			86189,08

ANEXO "F"
GASTOS DE VENTAS
En dólares

SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO					
CARGO	CANT.	S.B.S.	BENEF. SOC.	V/MENSUAL	V/ANUAL
Jefe de Ventas	1	1.000,00	346,33	1346,33	16156,00
Secretaria	1	500,00	186,42	686,42	8237,00
Asistente de Comp.	1	520,00	192,81	712,81	8553,76
Subtotal Ventas					\$ 32.946,76
SUBTOTAL SUELDO					
DEPRECIACIONES					
DESCRIPCIÓN	MONTO	%	V/DEPREC		
Edificio	11.000,00	5%	550,00		
Muebles y Enseres	2.078,25	10%	207,83		
Equipos de Oficina	6.489,98	10%	649,00		
Equipos de Computo	1.897,50	33,33%	632,50		
Vehículo	25.600,00	20%	5120,00		
SUBTOTAL DEPRECIACIONES			7159,32		
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO					
DESCRIPCIÓN	MONTO	%	V/TOTAL		
Edificio	11.000,00	2%	220,00		
Muebles y Enseres	2.078,25	2%	41,57		
Equipos de Oficina	6.489,98	2%	129,80		
Equipos de Computo	1.897,50	2%	37,95		
Vehículo	25.600,00	2%	512,00		
SUBTOTAL REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO			941,31		

SEGUROS			
DESCRIPCIÓN	MONTO	%	V/TOTAL
Edificio	11.000,00	4%	440,00
Muebles y Enseres	2.078,25	4%	83,13
Equipos de Oficina	6.489,98	4%	259,60
Equipos de Computo	1.897,50	4%	75,90
Vehículos	25.600,00	4%	1024,00
SUBTOTAL SEGUROS			1882,63
SUMINISTROS			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V/UNITARIO	V/ANUAL
Útiles de aseo y Limpieza	12,00	50,00	600,00
Útiles de Oficina	50,00	1,50	75,00
Bidones de Agua	12,00	20,00	240,00
Combustible	272,00	5,00	1360,00
Lubricantes y Aceite	12,00	60,00	720,00
SUBTOTAL DE SUMINISTROS			2995,00
CAPACITACIÓN			
Cursos y Seminarios	2,00	600,00	1200,00
SUBTOTAL OTROS			1200,00
GASTOS GENERALES			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V/UNIT.	V/TOTAL
Energía Eléctrica	3.428,57	0,14	480,00
Internet	12,00	30,00	360,00
Agua Potable	12,00	5,00	60,00
Telefonía	12,00	75,00	900,00
Impuestos Prediales	1,00	35,00	35,00
Participación en Ferias Internacionales	1,00	30,00	30,00
SUBTOTAL GASTOS GENERALES			1865,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			
Diseño de Página Web	1,00	1500,00	1500,00
Anuncio en revistas especializadas	12,00	100,00	1200,00
Promociones	4,00	500,00	2000,00
Trípticos	2,00	500,00	1000,00
Donaciones	12,00	300,00	3600,00
Ayudas y Contribuciones	12,00	100,00	1200,00
SUBTOTAL PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			10500,00
TOTAL GASTOS DE VENTA			59490,03

**ANEXO “G”
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
En dólares**

ACTIVOS		
CORRIENTE		
Caja-Bancos		226622,87
Terrenos		39500,00
Edificio		122000,00
Maquinarias, Equipos e Instalaciones		163455,60
Otros Activos		119836,11
Muebles y Enseres	15132,54	
Equipos de Oficina	15934,98	
Equipos de Computo	6630,00	
Vehículos	59400,00	
Laboratorio	6100,00	
Diferidos	16638,59	
TOTAL ACTIVOS		671414,58
PASIVO		
Préstamo a lo CFN		645000,00
TOTAL PASIVO		645000,00
PATRIMONIO		
Capital Social		26414,58
TOTAL PATRIMONIO		26414,58
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		671414,58

**ANEXO “H”
ESTADO DE RESULTADO
En dólares**

VENTAS		1305600,00
COSTOS DE PRODUCCIÓN		888320,70
Materia Prima Directa	507649,92	
Mano de Obra Directa	99798,00	
Costos Indirectos de Producción	280872,78	
UTILIDAD BRUTA EN VENTA		417279,30
GASTOS OPERACIONALES		204541,47
Gastos Administrativos	86189,08	
Gastos de Venta	59490,03	
Gasto de Exportación	12916,08	
Gastos Financieros	45946,28	
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		212737,83
15% Participación de Trabajadores	31910,67	
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA		180827,16
22% Impuesto a la Renta	39781,97	
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO		141045,18

ANEXO "I"
RATIOS (ÍTEM) FINANCIEROS
En dólares

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS		
UTILIDAD DEL EJERCICIO		X 100=
VENTAS		
141.045,18	X 100=	10,80%
1.305.600,00		
RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN		
UTILIDAD DEL EJERCICIO		X 100=
INVERSIÓN TOTAL		
141.045,18	X 100=	21,01%
671.414,58		
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL		
INVERSIÓN TOTAL		=
UTILIDAD DEL EJERCICIO		
671.414,58	=	4,760280182
141.045,18		
Años	4	4,760280182
Meses	9	9,123362183
Días	4	4

ANEXO "J"
ESTADO DE SITUACIÓN FINAL
En dólares

ACTIVO	
Caja	\$ 365.398,93
Terreno	\$ 39.500,00
Edificio	\$ 122.000,00
- Depreciación de Edificio	\$ (6.100,00)
Maquinaria y Equipos	\$ 163.455,60
- Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ (16.345,56)
Muebles y Enseres	\$ 15.132,54
- Depreciación de Muebles y Enseres	\$ (1.513,25)
Equipo de Oficina	\$ 15.934,98
- Depreciación de Equipo de Oficina	\$ (1.593,50)
Equipo de Computo	\$ 6.630,00
- Depreciación de Equipo de Cómputo	\$ (2.210,00)
Vehículo	\$ 59.400,00
- Depreciación de Vehículo	\$ (11.880,00)
Laboratorios	\$ 6.100,00
- Depreciación de Laboratorios	\$ (610,00)
Diferidos	\$ 16.638,59
- Depreciación de Diferidos	\$ (3.327,72)
TOTAL ACTIVO	\$ 766.610,61
PASIVO	
Préstamo a la CFN	\$ 599.150,85
TOTAL PASIVO	\$ 599.150,85
PATRIMONIO	
Capital social	\$ 26.414,58
Utilidad Líquida del Ejercicio	\$ 141.045,18
TOTAL PATRIMONIO	\$ 167.459,76
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 766.610,61

ANEXO "K"
PUNTO DE EQUILIBRIO
En dólares

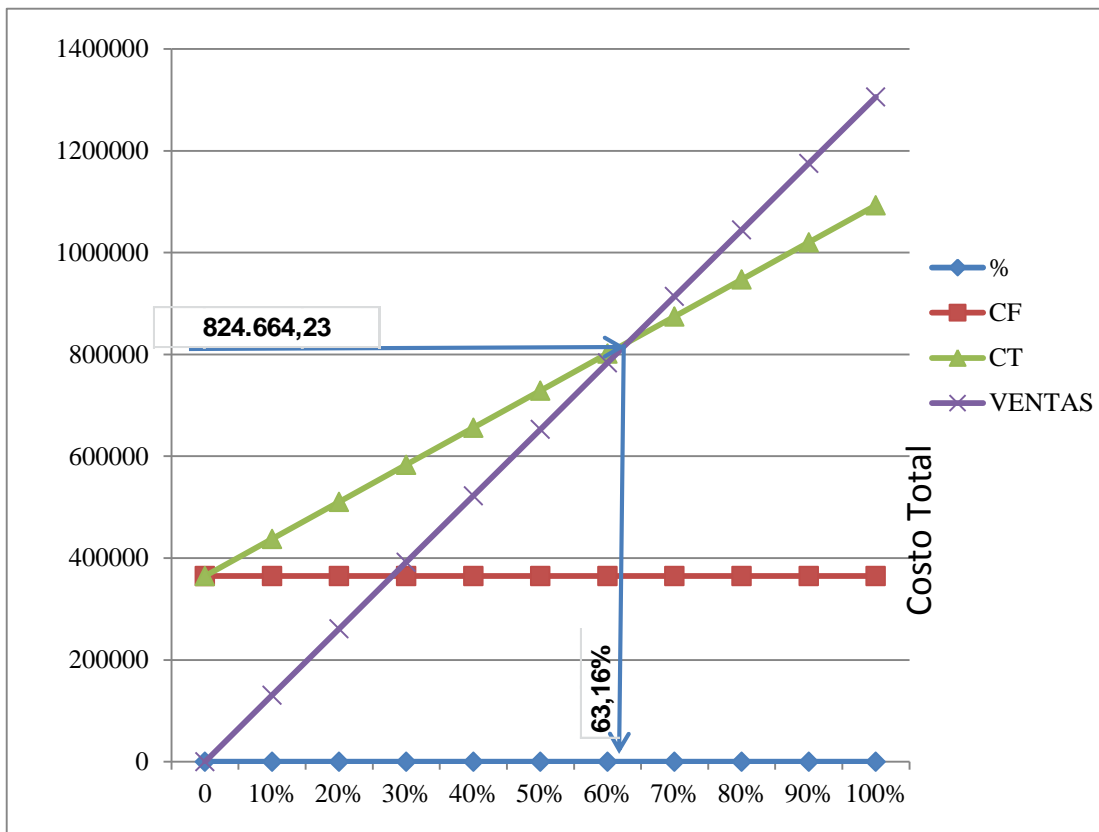
RUBROS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIALES	COSTOS TOTALES
Materia Prima Directa		\$ 507.649,92	\$ 507.649,92
Mano de Obra Directa	\$ 99.798,00		\$ 99.798,00
Costos Indirectos de Producción	\$ 122.301,07	\$ 158.571,71	\$ 280.872,78
Gastos Administrativos	\$ 86.189,08		\$ 86.189,08
Gastos de Venta	\$ 56.495,03	\$ 2.995,00	\$ 59.490,03
Gastos de Exportación		\$ 12.916,08	\$ 12.916,08
Gastos Financieros		\$ 45.946,28	\$ 45.946,28
	\$ 364.783,18	\$ 728.078,99	\$ 1.092.862,17

CÁLCULO PUNTO DE EQUILIBRIO		
CF= CV= Y=		COSTOS FIJOS COSTOS VARIABLES VENTA
Pe(y)=	1 -	$\frac{CF}{CV - y}$
Pe(x)=		$\frac{Pe(y)}{y}$
Pe(y)=	1 -	$\frac{364.783,18}{728.078,99 - 1.305.600,00}$
Pe(y)=		824.664,23
Pe(x)=	$\frac{824.664,23}{1.305.600,00}$	=
Pe(x)=		63,16%

ANEXO "L"
NIVELACIÓN DEL PROYECTO
En dólares

CF=		364.783,18
CV=		728.078,99
CT=		1.092.862,17
Y=		1.305.600,00
Pe y=		824.664,23
Pe x =		0,631636205709894
Pe x =		63,16%
NIVELACIÓN		
CF=		364.783,18
CV=		459.881,05
CT=		824.664,23
IT=		824.664,23
CV=	728.078,99	x 0,631636205709894
IT=	1.305.600,00	x 0,631636205709894

ANEXO "M"
GRÁFICO INTERNO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



ANEXO "N"
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO
En dólares

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTA	1305600,00	1370880,00	1439424,00	1511395,20	1511395,20	1511395,20	1511395,20	1511395,20	1511395,20	1511395,20
COSTOS DE PRODUCCIÓN	888320,70	892263,32	896225,64	899784,01	899784,01	896184,01	896184,01	896184,01	896184,01	896184,01
Materia Prima Directa	507649,92	510188,17	512739,11	515302,81	515302,81	515302,81	515302,81	515302,81	515302,81	515302,81
Mano de Obra Directa	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00	99798,00
Costos Indirectos de Producción	280872,78	282277,15	283688,53	284683,20	284683,20	281083,20	281083,20	281083,20	281083,20	281083,20
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	417279,30	478616,68	543198,36	611611,19	611611,19	615211,19	615211,19	615211,19	615211,19	615211,19
GASTOS OPERACIONALES	204541,47	201353,00	202242,78	196983,90	192793,48	176686,03	171854,15	166665,61	161094,09	155111,31
Gastos Administrativos	86189,08	86189,08	86189,08	85033,25	85033,25	78545,53	78545,53	78545,53	78545,53	78545,53
Gastos de Venta	59490,03	59490,03	59490,03	58857,53	58857,53	53737,53	53737,53	53737,53	53737,53	53737,53
Gastos de Exportación	12916,08	13111,92	17635,82	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65
GASTOS FINANCIEROS										
Intereses CFN	45946,28	42561,97	38927,84	35025,47	30835,05	26335,32	21503,44	16314,91	10743,38	4760,60
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	212737,83	277263,69	340955,58	414627,29	418817,71	438525,17	443357,04	448545,58	454117,10	460099,88
15% Participación de Trabajadores	31910,67	41589,55	51143,34	62194,09	62822,66	65778,77	66503,56	67281,84	68117,57	69014,98
UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA	180827,16	235674,13	289812,24	352433,20	355995,06	372746,39	376853,49	381263,74	385999,54	391084,90
22% Impuesto a la Renta	39781,97	51848,31	63758,69	77535,30	78318,91	82004,21	82907,77	83878,02	84919,90	86038,68
UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	141045,18	183825,83	226053,55	274897,90	277676,14	290742,18	293945,72	297385,72	301079,64	305046,22

ANEXO "O"
FLUJO DE CAJA PROYECTADO
En dólares

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Caja	226622,87	365398,93	543571,32	760337,32	1019835,29	1277921,10	1529365,49	1779181,53	2027249,04	2273438,95	2517612,66
Terreno	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00	39500,00
Edificio	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00	122000,00
- Depreciación de Edificio		-6100,00	-12200,00	-18300,00	-24400,00	-30500,00	-36600,00	-42700,00	-48800,00	-54900,00	-61000,00
Maquinaria y Equipos	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60	163455,60
- Depreciación de Maquinaria y Equipo		-16345,56	-32691,12	-49036,68	-65382,24	-81727,80	-98073,36	-114418,92	-130764,48	-147110,04	-163455,60
Muebles y Enseres	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54	15132,54
- Depreciación de Muebles y Enseres		-1513,25	-3026,51	-4539,76	-6053,02	-7566,27	-9079,52	-10592,78	-12106,03	-13619,29	-15132,54
Equipo de Oficina	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98	15934,98
- Depreciación de Equipo de Oficina		-1593,50	-3187,00	-4780,49	-6373,99	-7967,49	-9560,99	-11154,49	-12747,98	-14341,48	-15934,98
Equipo de Computo	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00	6630,00
- Depreciación de Equipo de Cómputo		-2210,00	-4420,00	-6630,00	-6630,00	-6630,00	-6630,00	-6630,00	-6630,00	-6630,00	-6630,00
Vehículo	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00	59400,00
- Depreciación de Vehículo		-11880,00	-23760,00	-35640,00	-47520,00	-59400,00	-59400,00	-59400,00	-59400,00	-59400,00	-59400,00
Laboratorios	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00	6100,00
- Depreciación de Laboratorios		-610,00	-1220,00	-1830,00	-2440,00	-3050,00	-3660,00	-4270,00	-4880,00	-5490,00	-6100,00
Diferidos	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59	16638,59
- Depreciación de Diferidos		-3327,72	-6655,44	-9983,16	-13310,87	-16638,59	-16638,59	-16638,59	-16638,59	-16638,59	-16638,59
TOTAL ACTIVO	671414,58	766610,61	901202,98	1074388,94	1292516,89	1509232,66	1734514,73	1958168,47	2180073,67	2400101,26	2618112,66
PASIVO											
Préstamo a la CFN	645000,00	599150,85	549917,39	497049,81	440279,85	379319,48	313859,37	243567,39	168086,87	87034,83	0,00
TOTAL PASIVO	645000,00	599150,85	549917,39	497049,81	440279,85	379319,48	313859,37	243567,39	168086,87	87034,83	0,00
PATRIMONIO											
Capital social	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58	26414,58
Utilidad Líquida del Ejercicio		141045,18	183825,83	226053,55	274897,90	277676,14	290742,18	293945,72	297385,72	301079,64	305046,22
Utilidad de Ejercicios Anteriores			141045,18	324871,01	550924,56	825822,45	1103498,59	1394240,78	1688186,50	1985572,22	2286651,86
TOTAL PATRIMONIO	26414,58	167459,76	351285,59	577339,14	852237,03	1129913,17	1420655,36	1714601,08	2011986,80	2313066,44	2618112,66
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	671414,58	766610,61	901202,98	1074388,94	1292516,89	1509232,66	1734514,73	1958168,47	2180073,67	2400101,26	2618112,66

**ANEXO “T”
GASTOS DE EXPORTACIÓN
En Dólares**

Descripción		Semanales	V. Unit.	V. Total									
Mermelada de frutilla con panela granulada en frascos de 350 gr.		\$ 108.800,00	1	\$ 108.800,00									
Total Variable de Exportación		\$ 1.305.600,00		\$ 108.800,00	\$ 114.240,00	\$ 119.952,00	\$ 125.949,60	\$ 125.949,60	\$ 125.949,60	\$ 125.949,60	\$ 125.949,60	\$ 125.949,60	\$ 125.949,60
GASTOS VARIABLES DE EXPORTACIÓN													
Descripción	Tarifa	# cont. Al año	V. Unit	V. Total	Año 2	Año3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Arriendo de contenedor Reefer y flete internacional		12	480,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00	5760,00
Carga y llenado de contenedor		12	87,35	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20	1048,20
Inspección		12	82,52	990,24	990,24	990,24	990,24	990,24	990,24	990,24	990,24	990,24	990,24
Certificados		12	1,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Transporte de carga hasta Pto. De Puerto Bolívar		12	99,07	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84	1188,84
Gastos por comisiones bancarias	0,30%	12	326,40	3916,80	4112,64	8636,54	9068,37	9068,37	9068,37	9068,37	9068,37	9068,37	9068,37
TOTAL GASTOS DEEXPORTACIÓN				12916,08	13111,92	17635,82	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65	18067,65

**ANEXO “S1”
VAN- TIR-RBC**

COK

7,25%

AÑOS	INGRESO	EGRESO	BENEFICIOS	DEPRECIACIONES	AMORTIZACIONES	ABONOS	FLUJO DE FONDOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS
0		671414,58	-671414,58				-671414,58	0,00	671414,58	-671414,58
1	1305600,00	1164554,82	141045,18	40252,31	3327,72	45849,15	138776,06	1217342,66	1087947,73	129394,93
2	1370880,00	1187054,17	183825,83	40252,31	3327,72	49233,46	178172,40	1191804,00	1036906,00	154898,00
3	1439424,00	1213370,45	226053,55	40252,31	3327,72	52867,58	216766,00	1166801,12	991090,00	175711,12
4	1511395,20	1236497,30	274897,90	38042,31	3327,72	56769,95	259497,97	1142322,77	946192,44	196130,33
5	1511395,20	1233719,06	277676,14	38042,31	3327,72	60960,37	258085,80	1065102,82	883225,89	181876,93
6	1511395,20	1220653,02	290742,18	26162,31		65460,11	251444,39	993102,86	827884,56	165218,30
7	1511395,20	1217449,48	293945,72	26162,31		70291,98	249816,05	925970,03	772917,96	153052,08
8	1511395,20	1214009,48	297385,72	26162,31		75480,52	248067,51	863375,32	721668,27	141707,06
9	1511395,20	1210315,56	301079,64	26162,31		81052,04	246189,91	805011,96	673884,23	131127,73
10	1511395,20	1206348,98	305046,22	26162,31		87034,83	244173,71	750593,90	629331,57	121262,33
	14695670,40	12775386,90	1920283,50	327653,12	16638,59	645000,00	1619575,21	10121427,45	9242463,22	878964,22

VAN	878.964,22
RBC	1,10
TIR	28,20%

