



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

COMO MEJORAR LAS RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR
Y SUIZA POR MEDIO DEL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS AGRICOLAS

Trabajo de Investigación que se presenta como requisito para el título de
Ingeniera en Ciencias Empresariales

Autor

Ana Carolina Tapia Plaza

Tutor

Ing. Elba Calderón

Samborondón, 14 de Marzo de 2011

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mis padres por su constante apoyo durante mi carrera universitaria, y ser partícipes en la realización de mi trabajo de investigación, aunque parecía muchas veces muy lejana la idea de culminar otra etapa de mi formación profesional pero a su vez muy cercana, lográndolo a través del desarrollo de este trabajo.

A Herbert Frei, Cónsul Honorario de Suiza en Ecuador por su la información entregada que fue de gran aporte en todas mis inquietudes correspondientes con ambos países, datos indispensables y guía para hallar rápidamente datos fundamentales en el trabajo de titulación

A mi tutora, Ing. Elba Calderón quien fue la primera persona que me recibió en la Universidad y la que me ha acompañado en este último proceso necesario para comenzar con una nueva etapa de mi vida.

A mis amigas y amigos, con los que compartí este proceso siempre ayudándonos y aclarando dudas buscando culminar con éxito hasta el último requisito y a aquellos que incluso a lo lejos me daban su apoyo y ayuda en cualquier información necesaria.

Finalmente, a aquellas personas que con su apoyo y consejos trataron de sacar lo mejor de mí haciéndome saber que los resultados serán mi mayor recompensa y que todo esfuerzo y sacrificio habrá valido la pena.

Sinceramente Gracias.

Tabla de contenido

Capitulo 1.....	2
1. Titulo de investigación	2
1.1 Problema de investigación.....	2
1.1.1 Enunciados del problema.....	2
1.1.2 Formulación del problema.....	2
1.2 Objetivos de la investigación	3
1.2.1 Objetivo general	3
1.2.2 Objetivos específicos	3
1.3 Justificación de la Investigación.....	3
1.3.1 Justificación.....	3
1.4 Marco de referencial	4
1.4.1 Antecedentes	4
1.4.2 Marco Teórico	4
1.5 Marco conceptual	5
1.5.1 Definiciones conceptuales.....	5
1.5.2 Metodología Propuesta	8
1.5.3 Tipo y Enfoque de la investigación.....	8
1.5.4 Población y muestra.....	8
2. Actividad comercial entre Ecuador y Suiza.....	9
2.1 Suiza.....	9
2.1.1 Estructura comercial.....	10
2.1.2 Convenios de intercambio internacional.....	10
2.1.3 Importaciones.....	11
2.1.4 Exportaciones	14
2.1.5 Mercado de Productos Bio	16
2.1.6 Políticas de Importación	21
2.2 Ecuador	21
2.2.1 Estructura Comercial.....	22

2.2.2	Exportaciones	24
2.2.3	Importaciones.....	25
2.2.4	Mercado de Productos Bio	26
2.3	Relación comercial Ecuador-Suiza	27
2.3.1	Beneficios de un nuevo Acuerdo Comercial.....	28
2.3.2	Productos que se exportan e importan entre los países	29
2.3.3	COSUDE en Ecuador.....	31
3.	Propuesta	33
3.1	Convenio entre ambos países	34
3.2	Técnicas de cultivo Bio	34
3.2.1	Cultivos Orgánicos	36
3.3	Maquinarias agrícolas.....	37
3.4	Reducción de los costos de transportación	38
3.5	Proceso de Exportación de un producto Bio a Basilea-Suiza	39
3.5.1	Basilea	39
3.5.2	Medios de Transporte	40
3.5.3	Materiales para exportar alimentos frescos.....	41
3.5.4	Documentos requeridos para la exportación de Productos frescos Bio.....	42
3.5.5	Valores de Contenedores hasta Basilea-Suiza	43
3.5.6	Convenios de Suiza con otros países	44
3.5.7	Presupuesto de COSUDE por año de 2005-2010.....	46
4.	CONCLUSIONES	48
5.	RECOMENDACIONES.....	49
6.	BIBLIOGRAFIA.....	50
7.	ANEXOS	

Índice de gráficos

Figura 2-1 Exportaciones e Importaciones de Suiza.....	12
Figura 2-2 Importaciones desde Latinoamérica	13
Figura 2-3 Exportaciones desde Suiza	15
Figura 2-4 Desarrollo del Mercado Orgánico en Suiza	17
Figura 2-5 Canales de Distribución de Productos Orgánicos en Suiza.....	18
Figura 2-6 Mercado Bio en Suiza 2005-2009	19
Figura 2-7 Proceso de Certificación.....	27
Figura 3-1 Presupuesto de COSUDE 2005-2010	46

Índice de Tablas

Tabla 2-1 Importaciones de Suiza a Latinoamérica	13
Tabla 2-2 Exportaciones de Suiza a Latinoamérica por grupo de productos	15
Tabla 2-3 Etiquetas de certificación de calidad	20
Tabla 2-4 Exportaciones de Ecuador hacia UE	24
Tabla 2-5 Importaciones de UE a Ecuador	25
Tabla 2-6 Principales exportaciones de Ecuador hacia Suiza	29
Tabla 2-7 Principales Importaciones a Ecuador desde Suiza	30
Tabla 3-1 Tipos de contenedores para productos agrícolas	40
Tabla 3-2 Ventajas y Desventajas de materiales para exportar	41
Tabla 3-3 Cotización por contenedor Transoceánica.....	43
Tabla 3-4 Cotización por contenedor Mediterranean Shipping	43
Tabla 3-5 Presupuesto de COSUDE Año 2006	47

RESUMEN

Siempre se plantea como mejorar las relaciones comerciales entre países, tratando de aumentar las exportaciones cada uno según sus intereses es por esto que por medio de esta investigación y con ayuda de datos cualitativos y cuantitativos se llegará a una propuesta que trae beneficios a ambas partes logrando mantener un equilibrio en ellas por medio de un intercambio justo que mejore las situaciones actuales.

Suiza, ubicado en el corazón de Europa, es un país con excelente estabilidad económica idóneo para realizar una propuesta de intercambio ya que al no tener suficiente tierra para cultivar, ni fértil para todo tipo de cultivo, es el candidato perfecto para trabajar de tal manera que los beneficie ya que sus productos terminados dependen de una gran variedad de cultivos que no son producidos en sus tierras y la demanda de los mismos crece cada vez mas.

Ecuador, con una situación geográfica parecida a Suiza, en el centro ecuatorial tiene muchas ventajas gracias a sus condiciones geográficas ya que cuenta con diferentes tipos de clima propicios para el cultivo de diferentes alimentos, sin embargo no cuenta con los implementos necesarios para explotar diferentes zonas en las que tienen ventajas.

Las Relaciones Comerciales han ido decreciendo en los últimos años entre los países a pesar de que Suiza compra muchos productos de Ecuador en especial el cacao para la producción de su gran industria chocolatera pero hay otros productos de los que también se puede generar un gran intercambio con medidas que favorezcan a ambos.

La investigación permite buscar las ventajas de cada país y combinarlas por medio de un acuerdo que beneficie a ambas partes formándose la propuesta Bio que consta de cuatro partes y que permitirán obtener un crecimiento a corto y largo plazo.

- ❖ Convenio entre Ecuador y Suiza
- ❖ Técnicas de cultivo Bio
- ❖ Maquinaria agrícola
- ❖ Reducción de costos de transportación

INTRODUCCION

La continua búsqueda de nuevos productos de intercambio nos hace preguntar ¿A qué tipo de mercado queremos llegar? La respuesta sería muy simple si la intención es llegar a grandes mercados internacionales pero también es de llegar a lugares q tengan estabilidad económica y que necesiten lo que Ecuador tiene en exceso, tierra fértil, a cambio de remesas y tecnología complementaria para mejorar las industrias.

Muchos acuerdos son realizados de esa manera, donde el objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los diferentes sectores logrando así reducir los niveles de pobreza en los sectores rurales.

Suiza y Ecuador a pesar de no tener una gran relación comercial (firmada, pactada o explícita) siempre se han mantenido en buenos términos comerciales es así como han sido parte de diferentes programas de ayuda tanto económica como humanitaria, de esta manera se van desarrollando los temas que competen a la investigación con un análisis general tanto de Suiza como de Ecuador y su relación comercial en busca de una alternativa que ayude a el desarrollo de los países a través de los productos Bio que son de gran consumo a nivel mundial y continua creciendo día a día.

Capítulo 1

1. Título de investigación

Como mejorar las relaciones comerciales entre Ecuador y Suiza por medio del intercambio de productos agrícolas

1.1 Problema de investigación

El mercado de frutas y verduras es uno de los más amplios y bien diversificados en el Ecuador y nos permite competir e incluso llevar la delantera debido a la calidad de la producción, sin embargo muchos mercados internacionales no tienen la capacidad de producir o de mantener en circulación diferentes productos que son deseados por sus consumidores o la capacidad de explorar con nuevos productos que pueden ser del agrado de los mismos ya que deben esperar a las temporadas de cosechas y que haya suficiente producción para abastecer sus mercados.

Es por esto que se enfrentan muchas veces con desniveles en precios como en productos que necesitan, en el cual los demandantes son los que deben asumir los valores correspondientes tratando de compensar la falta de los mismos hasta que vuelva a ser la temporada de cosecha de las frutas y verduras estabilizando los precios, abastecimiento y consumo. Es así como este círculo permanece en continuo movimiento tratando de mantener estable los niveles de consumo.

1.1.1 Enunciados del problema

El mercado suizo no se encuentra abastecido de suficientes productos agrícolas o muchas veces no conocen muchos de los mismos. Al ser un mercado que no ha sido lo adecuadamente explotado representa un mercado potencial para los productos ecuatorianos, a su vez Ecuador también puede beneficiarse de la tecnología y maquinarias suizas por medio de un intercambio comercial que asegure satisfacción y beneficios para ambas partes.

1.1.2 Formulación del problema

- Es posible introducir al mercado suizo nuevos productos agrícolas y a su vez abastecerlos de otros que actualmente estén consumiendo siguiendo sus estándares de calidad?
- Que productos ecuatorianos tendrían la posibilidad de ser aceptados en el mercado suizo?

- Cómo se podría mejorar el intercambio comercial entre Suiza y Ecuador?
- Qué medidas se podrían tomar para reducir los costos de trasportación?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de Comercio Exterior y proponer políticas que ayuden a fortalecer la relación comercial entre Suiza y Ecuador

1.2.2 Objetivos específicos

1. Estudiar la actividad comercial entre Ecuador y Suiza sus importaciones y exportaciones
2. Investigar el mercado suizo frente a los productos ecuatorianos
3. Proponer políticas para fortalecer el intercambio comercial y reducir costos de transportación.

1.3 Justificación de la Investigación

1.3.1 Justificación

Por medio de esta investigación varios sectores se verán beneficiados tanto del grupo agrícola como comercial ya que implementando esta propuesta sus estándares de calidad y productividad mejorarán notoriamente a largo plazo llegando a ser competitivos ante países vecinos.

Desde el punto de vista económico como país, esto mejoraría las exportaciones y la continua búsqueda de alternativas que remplazarán en un futuro las exportaciones de petróleo abriendo las puertas a una nueva propuesta con productos agrícolas de sabores exóticos como son las frutas y verduras ecuatorianas, nuevos estándares de calidad pueden ser tomados en cuenta y llegar a ser atractivos ante un mercado en el que se encuentran las mejores calidades del mundo por ser calificado internacionalmente como uno de los países donde hay mejor calidad de vida. Como consecuencia de esto también se obtendrá nuevas maneras de reducir costos de transportación ya que encontrando bienes o servicios necesarios o formando alianzas comerciales para el desarrollo del Ecuador se permitirá hacer un intercambio de productos de los cuales resultará no solo una mejoría en el sector privado sino también social al darle la oportunidad a varias personas de tener un nuevo ingreso, activando la economía en el sector donde se establece, lo que traerá progreso y crecimiento cada uno a su medida en la manera que mejor convenga a cada sector.

1.4 Marco de referencial

1.4.1 Antecedentes

Actualmente la economía mundial se encuentra en desbalance, por lo tanto varios productos y servicios son limitados creándonos la necesidad de buscar nuevos países para expandir los mercados en busca de nuevos consumidores ya que las tendencias van cambiando.

Vivimos en una era “green” en busca del bienestar físico y ambiental lo que nos permite competir con diferentes países industrializados que poseen una gran diversidad de productos con los cuales se puede competir gracias a las técnicas de cultivo que muchas veces son tradicionales y efectivas en cuanto a procesos naturales, sin alteración de ningún factor, haciendo de esto una ventaja que puede ser aprovechada para lograr acuerdos tanto unilaterales como bilaterales donde los países alcanzan una relación positiva obteniendo todos un beneficio de la negociación.

Ecuador es un país con gran diversidad de productos capaz de sacar ventaja de sus frutas y verduras como principales atractivos ya que otros mercados no cuentan con la producción y facilidad de abastecimiento de los mismos. Suiza a pesar de contar con gran variedad de productos agrícolas no cuenta con todos, dándonos la oportunidad de explorar en un mercado que disfruta de los sabores exóticos de las frutas tropicales como de las verduras abriendo las puertas a un nuevo campo de intercambio comercial.

Productos como el tomate de árbol, naranjilla, maracuyá, guayaba, chirimoya entre otros no están disponible en los supermercados suizos motivo por el cual es importante darse cuenta que es una oportunidad al abastecerlos de estos productos que muchos nunca antes los han probado y siendo Ecuador excelente en producción gracias a la fertilidad de sus tierras, las condiciones de negociación podrían ser muy favorable para ambos países.

1.4.2 Marco Teórico

Suiza, país que representa la riqueza económica, comercial y desarrollo a través de la especialización de productos específicos es el idóneo para desplegar una cultura de cuidado y protección a la salud ya que el mercado lo demanda, es por esto que los tratados internacionales de suiza con el mundo son en busca de obtener productos de calidad que no pueden ser producidos dentro del país, a su vez, es considerado una estrategia porque esto da apertura a los productos suizos en mercados antes no explorados fortaleciendo las relaciones comerciales alrededor del mundo.

Ecuador, país rico en suelo fértil y privilegiado en ubicación geográfica este es el mejor incentivo comercial que se puede tener en busca de lograr mejores relaciones comerciales que ayuden al crecimiento industrial del país llegando a tener gran acogida con los mercados internacionales en especial

el europeo. Tratados ya existentes son la única forma de comercio internacional pero las nuevas propuestas realizadas por el ministerio de relaciones exteriores son las que dan paso a una posible negociación buscando nuevas oportunidades de comercializar.

Ecuador y Suiza son dos países muy parecidos y distintos a su vez ya que ambos a pesar de estar ubicados en el corazón de sus respectivos continentes sus ventajas y desventajas son abismales pero complementarias a su vez ya que la especialización y desarrollo de Suiza ayudaría a Ecuador, de esta misma manera los productos agrícolas que produce Ecuador ayudaría a Suiza formándose una relación positiva para ambos países lo que traerá nuevos retos comerciales internacionales. Los beneficios son más grandes que los perjuicios que traería una posible negociación ayudando al mejorar las negociaciones de futuros productos que se comercialicen.

1.5 Marco conceptual

1.5.1 Definiciones conceptuales

AELC

Asociación Europea de Libre Comercio tiene tratados de libre comercio con 21 naciones sus intereses son¹:

- ❖ Rápido crecimiento comercial
- ❖ Diversificar las exportaciones
- ❖ Transferir Tecnología
- ❖ Desarrollar nuevos servicios

ALADI

Asociación Latinoamericana de Integración promueve la expansión e integración de la nación en busca de desarrollo económico y social, sus principales funciones son²:

- ❖ Mejorar los términos arancelarios (reducción o extensión)
- ❖ Lograr llegar al libre comercio entre naciones
- ❖ Promoción y regulación del comercio
- ❖ Complementar la economía de los países

APEC

Cooperación Económica Asia-Pacífico, cuenta con 21 países miembros, que están en busca de mejores oportunidades de negocios y al mismo tiempo

¹ AELC. (s.f.). *Alianza Social Continental*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2010, de www.asc-hsa.org/node/382

²ALADI. (s.f.). *Asociación Latinoamericana de Integración*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2010, de www.aladi.org/nsfaladi/preguntas_frecuentes.nsf

facilitarlas para obtener mejores resultados y que sean más rentables. Entre sus funciones esta³:

- ❖ Mejorar las exportaciones
- ❖ Apertura a nuevos mercados
- ❖ Presentar potenciales países para invertir
- ❖ Facilitar el comercio y liberación de los mismos

CAN

La Comunidad Andina de Naciones es una organización jurídica internacional cuanta con 5 países miembros que son Ecuador, Perú, Colombia, Bolivia y Venezuela sus funciones son:⁴

- ❖ Mejorar la Integración subregional andina
- ❖ Promover las proyecciones externas y acciones relacionadas en el proceso de integración.

OMC

La Organización Mundial de Comercio es una institución que actualmente cuenta con 153 países miembros, entre sus funciones esta⁵:

- ❖ Establecer normas de intercambio internacional entre sus miembros
- ❖ Resolver diferencias comerciales
- ❖ Cooperar con otras organizaciones internacionales

Relaciones comerciales

Las relaciones comerciales son el medio por el cual los países se mantiene en contacto logrando llegar a acuerdos de gran impacto económico y social, es de esta manera que hoy en día se logran hacer alianzas de gran importancia para los países involucrados.

Acuerdos Bilaterales

Se conoce como acuerdo bilateral al comercio que realiza un país con otro estableciendo límites y aperturas en diferentes áreas logrando beneficiarse de una misma manera⁶.

³ APEC. (s.f.). *Asia-Pacific Economic Cooperation*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2010, de www.apec.org/about-us/about-APEC.asp

⁴ *Comunidad Andina de Naciones*. (s.f.). Recuperado el 5 de Noviembre de 2010, de www.americaeconomica.com/zonas/can.htm

⁵ *Organizacion Mundial de Comercio*. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2010, de www.wto.org/thewto_s.htm

⁶ *Definicion de*. (s.f.). Recuperado el 23 de Octubre de 2010, de www.definicionde.com/convenios-bilaterales/

Acuerdos multilaterales

Son los acuerdos que se llevan a cabo entre varios países donde se logra llegar a acuerdos que ayuden a mejorar el intercambio comercial entre los países mientras de la negociación⁷.

Migros

La principal cadena de supermercados de suiza y establecida en algunos países vecinos, Migros, es fundada en 1925 por Gottlieb Duttweiler con el objetivo de ofrecer productos a mitad del precio local y de buena calidad para atraer a todo tipo de consumidores⁸, así como también pensó en tener como política no vender bebidas alcohólicas, ni cigarrillos dentro de los supermercados ya que las utilidades que estos traen no debe ser el motivo de su comercialización. Es así como se han convertido en los número uno en productos de consumo masivo en el país, donde favorecen a las familias grandes y pequeñas de todo tipo de recursos económicos buscando la satisfacción de sus clientes.

Coop

Fundado por Jean Jeny, Coop, es la segunda cadena mayorista de supermercados a cargo de la distribución y comercialización de productos de consumo masivo alrededor de Suiza, la cual empezó como la asociación de diferentes cooperativas distribuidoras en los años sesenta esta unión comenzó a publicitarse por todos los medios incluso por televisión llegando en 1969 a ser Coop Suiza⁹.

Esta cadena cuenta con grandes ideas entre ellas la realización de etiquetas que hagan énfasis en el lugar del que proviene o como es fabricado es por esto que se los considera líderes en ventas de productos orgánicos el cual se comercializa a través de marcas como: "Bio", "Coop Oecoplan", Coop Naturaplan y "Max Havelaar".

Doble Tributación

Impuestos semejantes que son percibidos por varios Estados de un mismo presupuesto y periodo de tiempo que se tratan de evitar a través de un convenio entre las naciones para mejorar sus resultados favoreciendo el intercambio comercial¹⁰.

⁷ ABC, D. (s.f.). *Definicion ABC*. Recuperado el 17 de Octubre de 2010, de www.definicionabc.com/politica/organismo-multilateral.php

⁸ MIGROS. (s.f.). *MIGROS*. Recuperado el 10 de Octubre de 2010, de www.migros.ch

⁹ COOP. (s.f.). *COOP*. Recuperado el 10 de Octubre de 2010, de www.coop.ch

¹⁰LP. (s.f.). *Legal Info Panama*. Recuperado el 20 de Octubre de 2010, de www.legalinfo-panama.com/articulos/articulos_27a.htm

1.5.2 Metodología Propuesta

1.5.3 Tipo y Enfoque de la investigación

El tipo de investigación que se realizara es correlacional porque se podrá visualizar cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, y si la relación existe entre ellos comprobando que las variables expuestas es decir productos agrícolas y nuevos mercados es una combinación que tiene la tendencia a ser beneficiosa en todos sus aspectos.

La metodología que se utilizará es sintético demostrando que los datos aislados y comportamientos que se creen no estar relacionados desde una visión general, globalizada pueden convertirse en específica y especializada tratando de obtener los resultados deseados y buscando las mejores oportunidades para realizarlo.

Para desarrollar esta investigación será necesario hacer una investigación cualitativa y cuantitativa para determinar y analizar los resultados que resulten de la investigación. Es por esto que se utilizaran datos y gráficos estadísticos que demuestren las variaciones de la oferta y demanda de los productos ecuatorianos y suizos en el mercado internacional y local para así comprobar que tienen una relación positiva y que se tomaran las mejores decisiones a partir de esto.

Se obtendrá la información por medio de encuestas y entrevistas que están directamente relacionadas con el tema de investigación por medio de fuentes primarias y secundarias logrando manejar la información deseada para determinar los resultados al culminar el proyecto.

1.5.4 Población y muestra

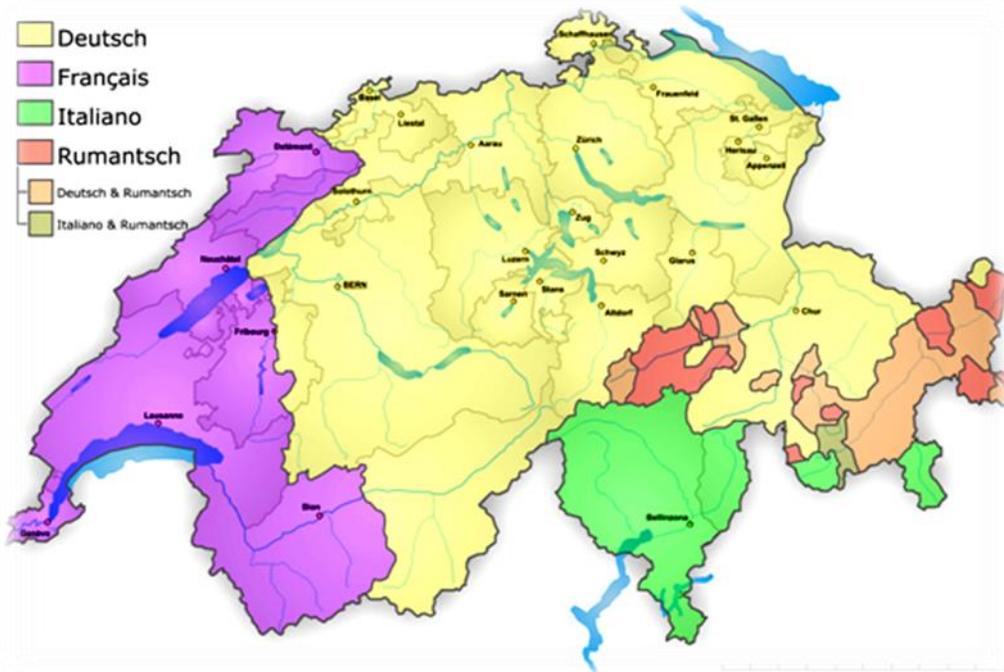
Por medio de esta investigación se podrá determinar los beneficios que tendrá tanto para Ecuador como para Suiza en el intercambio de productos agrícolas desarrollándolos de una manera que beneficie a ambos países fortaleciendo sus relaciones comerciales. Este estudio individual y conjunto de los países logrará dar una nueva apertura a la producción de los dos países logrando obtener nuevas técnicas de cultivo y reducir costos de transportación al momento de las respectivas importaciones y exportaciones.

Capítulo 2

2. Actividad comercial entre Ecuador y Suiza

2.1 Suiza

Conocido como el país de la precisión relojera y exquisitos chocolates, Suiza, es el ideal financiero y económico que todo país quisiera tener es por esto que sus negocios y buenas relaciones han ido creciendo cada año. Muchos dicen que al no ser parte de la Unión Europea pierde varios beneficios no solo de intercambio sino también de relaciones internacionales, pero para el país esto es visto como una ventaja y oportunidad a corto y largo plazo, donde ellos continúan teniendo su autonomía, moneda y tomando sus propias decisiones sin tener que consultar a los grandes países que integran la alianza, donde se tendrían que someter al bienestar general de todos los países sin tomar en cuenta sus necesidades o requerimientos al ser un país pequeño, de escasa población pero de importancia económica.



Situado en el corazón de Europa, Suiza, tiene delimitaciones al norte con Alemania, al sur Italia, al este Austria y al oeste Francia, es por esto la gran diversidad de idiomas con el que cuenta el país siendo así que cada cantón habla el idioma del país más cercano y sus correspondientes dialectos. El país cuenta con 7,4 millones de habitantes de los cuales el 20 por ciento

corresponde a residentes extranjeros¹¹ que se encuentran distribuidos en diferentes áreas para que no afecte el sistema que tiene el país en asegurar trabajo a sus habitantes, de manera que su economía se mantiene en constante circulación permitiendo a su gente abastecerse de los productos que se importan de todo el mundo asegurando en cada uno de estos bienes la calidad esperada, es decir calidad con estándares suizos.

El país chocolatero cuenta con dos grandes cadenas de supermercados que son Migros y Coop las cuales importan productos de todas partes del mundo en especial de África, España, Francia, Italia y Sudamérica por ser los más grandes abastecedores de productos que no pueden ser producidos en Suiza por la infertilidad de sus tierras; Es así como comenzó la historia, un país netamente agrícola que supo especializarse en otras industrias al darse cuenta de la infertilidad de sus tierras.

2.1.1 Estructura comercial

Según la Confederación de Suiza sus políticas de relaciones internacionales se realizan en busca de cuidar los intereses del país para poder mejorar la actividad comercial, ya que el principal objetivo de ellos es abrir las puertas para los productos suizos y así mejorar el comercio internacional. El libre comercio es uno de los factores más importantes para asegurar el buen funcionamiento de la economía y para ellos es un principio fundamental en todo tipo de negociación, sin embargo el medio que se usa para mantener el cumplimiento de abastecimiento y facilidades es por medio de de acuerdos bilaterales, unilaterales o estableciendo normas de intercambio comercial todos controlados y regulados bajo las políticas y reglas de la Organización Mundial de Comercio.

2.1.2 Convenios de intercambio internacional

Los convenios de libre comercio entre diferentes naciones son muy importantes en el mercado suizo asegurando la entrada a un mercado internacional que es bien reconocido mundialmente, se lo considera un instrumento muy importante para medirse en cuanto a mantenimiento y fuerza mejorando la competitividad Suiza.

Hay ciertos requisitos necesarios para ser parte del grupo de libre comercio y se basan en 4 criterios:

¹¹ Central Intelligence Agency. (s.f.). *The World Factbook, Switzerland*. Recuperado el 10 de Octubre de 2010, de www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sz.html

- 1) Actual y futuro potencial económico del país
- 2) Existencia de potenciales discriminaciones que pueden resultar de la conclusión obtenidas del acuerdo de libre comercio entre el prospecto socio e importantes competidores de Suiza.
- 3) La disposición del socio de entrar a negociaciones y los correspondientes prospectos de éxito.
- 4) Otras consideraciones como las contribuciones esperadas del tratado de libre comercio para la estabilización económica y desarrollo de un socio o en general la compatibilidad con los objetivos de las políticas extranjeras suizas.

2.1.2.1 Contenido de la AELC

La Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) juega un papel muy importante en los tratados que tiene Suiza con los socios Euro-mediterráneos, Canadá y África del Sur, conocidos como acuerdos de primera generación son aquellos que no solo ayudan a la comercialización de bienes sino también que protegen la propiedad intelectual, en este acuerdo también constan productos industriales, pesca y productos agrícolas procesados. Los productos agrícolas son comercializados por separado en convenios bilaterales ya que dentro del AELC no hay políticas de productos agrícolas en común.

Los convenios firmados con varios países de Latinoamérica entre esos Chile, Colombia, México, Panamá y Perú traen varios beneficios comerciales y económicos para el país es por esto el gran interés de Suiza por mantener buenas relaciones, así se logra mantener un balance en sus importaciones y exportaciones, los mismos en el 2008 cubrieron el 6% de las exportaciones suizas correspondientes al 15% de las exportaciones fuera de la Unión Europea estos movimientos traen consigo crecimiento, desarrollo, valor agregado y competitividad en todos los sectores para aprovechar y mejorar ante la mirada internacional¹².

2.1.3 Importaciones

Desde el año 2008 Suiza y Latinoamérica han mejorado su relación económica teniendo records en cifras tanto de crecimiento económico como comercial, sin embargo esta relación ha ido creciendo poco a poco, según las estadísticas de la Administración Federal de Berna-Suiza. Este ha sido un crecimiento año a año desde 1965 hasta la actualidad, lo que nos da un amplio panorama de cómo esta relación se ha ido fortaleciendo y complementando al pasar de los tiempos.

¹² Federal Department of Economic Affairs. (Junio 2009). *Bericht Schweiz-Latinamerika 2008/Swiss-Latin America Economic Relations*. Bern.

Exportaciones e Importaciones de Suiza a Latinoamérica, 1965-2008(millones CHF)

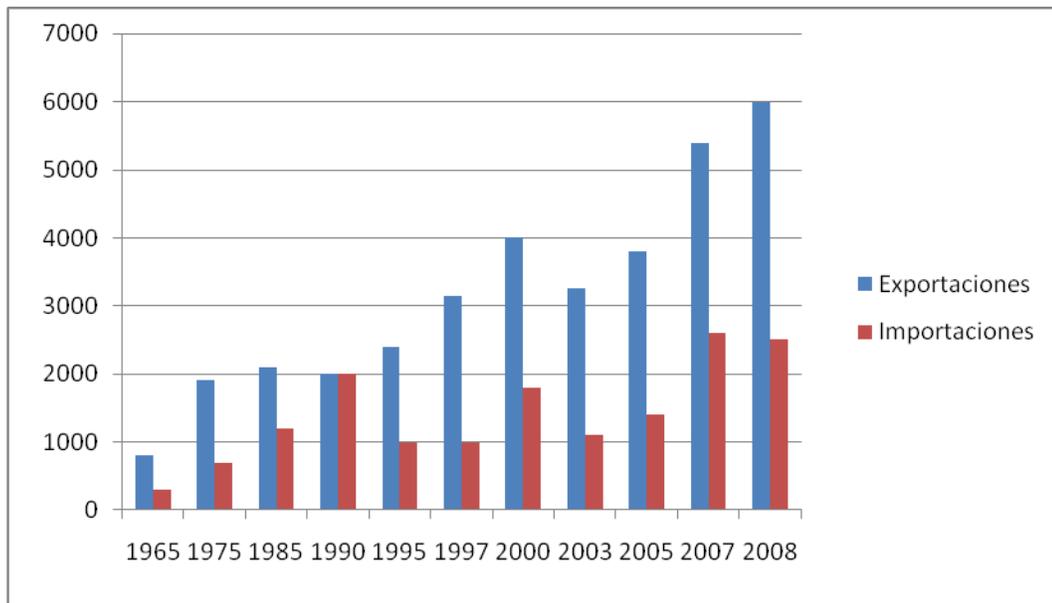


Figura 2-1 Exportaciones e Importaciones de Suiza

Fuente: Estadísticas de la Administración Federal Suiza, Berna

Suiza importa de Latinoamérica principalmente productos agrícolas para el consumo de sus habitantes, metales preciosos y joyas, metales y químicos aunque también se reporto un gran crecimiento en otros bienes como transporte de materiales y maquinaria es por esto que la relación continua creciendo porque ambas partes necesitan del otro para desarrollarse.

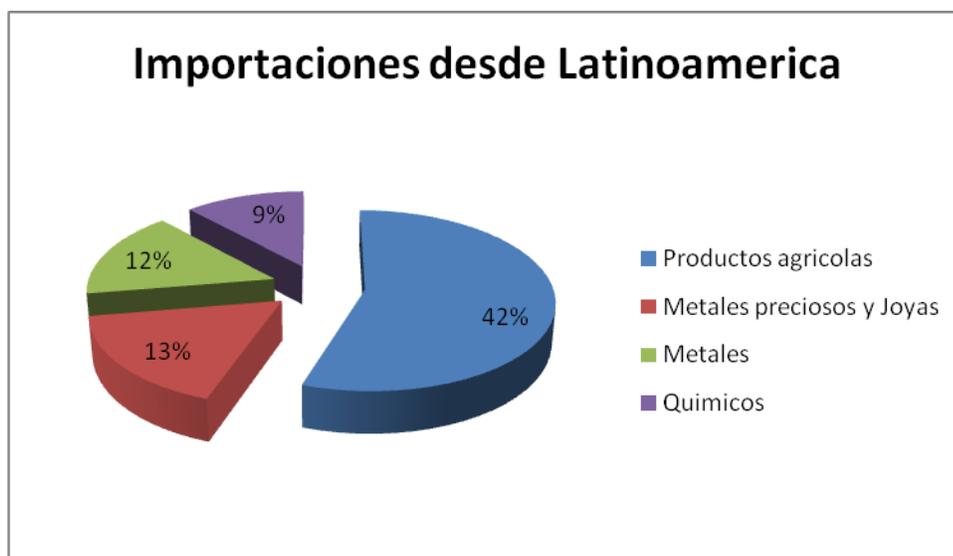


Figura 2-2 Importaciones desde Latinoamérica

Fuente: Estadísticas de la Administración Federal Suiza, Berna

Tabla 2-1 Importaciones de Suiza a Latinoamérica

IMPORTACIONES DE SUIZA A LATINOAMERICA POR GRUPOS DE PRODUCTOS 2000 -2009				
PRODUCTOS	2000	2007	2008	var. % 08/09
Productos Agrícolas	670,3	967,8	987	2
Productos Minerales	2,5	0,2	0,5	150
Combustible Mineral	0,4	0,1	0	-100
Químicos	178,2	194,40	212,70	9,4
Farmacéuticos	11,6	12,30	10,00	-18,7
Plástico	6,3	23,1	20,7	-10,4
Pieles, Cuero	4,5	2,1	2,3	9,5
Madera	1,5	3,6	2,7	-25
Papel	66,7	62,9	90,5	43,9
Textiles, Ropa	17,1	10,7	9,9	-7,5
Zapatos, paragua	3,5	2,6	2,9	11,5
Piedras, vidrio, cerámica, arte	3,5	5,3	4,7	-11,3
Metales preciosos y joyas	70,4	466,7	305,2	-34,6
Metales y arte	191,5	347,1	275	-20,8
Maquinaria	39,7	49,00	72,40	47,8

PRODUCTOS	2000	2007	2008	var. % 08/09
Material de transporte	400,20	60	166,7	177,8
Instrumentos técnicos	5,5	14,9	13,5	-9,4
Relojes	5,7	11,2	18,3	63,4
Armas	0,2	0,7	0,5	-28,60
Muebles	1,6	1,7	2,1	23,5
Juguetes, artículos de deporte	61,6	23,6	27,6	16,9
Total de exportaciones de Latinoamérica	1742,5	2260	2225,2	289,4

Fuente: Economic Relations report 2009, Berna

2.1.4 Exportaciones

Suiza exporta principalmente a Latinoamérica productos farmacéuticos, maquinarias, químicos y relojes necesarios para los países que están en vías de desarrollo, que ayudan a mejorar sus funciones y producción a través de la tecnología brindada por países más industrializados y de mayor crecimiento económico donde se comprueba que hay una estrecha relación entre las variables antes mencionadas para determinar que tan desarrollado es un país ante la mirada internacional siendo nuevamente la diversidad y valor agregado los principales ingredientes para el éxito. Estas medidas o relación que tiene con Latinoamérica es un pilar más que brinda soporte a futuras negociaciones dando paso a una oportunidad de búsqueda de nuevos bienes y servicios que mejorarán las tendencias a seguir por otros países industrializados; al fortalecer un marco comercial se dará la oportunidad de crecer no solo como país sino también en producción, y estándares que los consumidores esperan encontrar de estas negociaciones facilitando sus necesidades y estándares de vida¹³.

¹³ Federal Department of Economic Affairs. (Junio 2009). *Bericht Schweiz-Latinamerika 2008/Swiss-Latin America Economic Relations*. Bern.



Figura 2-3 Exportaciones desde Suiza

Fuente: Estadísticas de la Administración Federal Suiza, Berna

Tabla 2-2 Exportaciones de Suiza a Latinoamérica por grupo de productos

EXPORTACIONES DE SUIZA A LATINOAMERICA POR GRUPOS DE PRODUCTOS				
PRODUCTOS	2000	2007	2008	var. % 08/09
Productos Agrícolas	52	99,6	128,6	29,1
Productos Minerales	0,7	0,2	0,5	150
Combustible Mineral	13	0,5	1,1	120
Químicos	976,7	1.012,40	1.230,00	21,5
Farmacéuticos	872,2	1.572,00	1.820,00	15,8
Plástico	54,4	95,6	89,2	-6,7
Pieles, Cuero	3	4,9	5,4	10,2
Madera	1,6	15,3	15,8	3,3
Papel	25,6	27,9	32,3	15,8
Textiles, Ropa	34	34,1	31,8	6,7
Zapatos, paragua	2,4	1,9	2,5	31,6
Piedras, vidrio, cerámica, arte	31,6	23,9	24,2	1,3
Metales preciosos y joyas	98,3	78,6	88,8	13
Metales y arte	101,8	120,4	120,4	0
Maquinaria	1.089,40	1.140,90	1.226,00	7,5

PRODUCTOS	2000	2007	2008	var. % 08/09
Material de transporte	95,2	135,5	79,5	-41,3
Instrumentos técnicos	168,9	278,2	313	12,5
Relojes	318	499	522,4	4,7
Armas	1,3	1,4	0,3	-78,60
Muebles	6,8	5,8	5,8	0
Juguetes, artículos de deporte	13,3	90	85,5	-5
Total de exportaciones de Latinoamérica	3960,2	5238,1	5823,1	311,4

Fuente: Economic Relations report 2009, Berna

2.1.5 Mercado de Productos Bio

El mercado de productos orgánicos ha crecido considerablemente en los últimos años es por esto que desde el 2000 comenzaron a realizarse nuevas investigaciones sobre un mercado multimillonario que abarca alrededor de 20 billones de dólares que no estaba siendo administrado en la manera correcta con los estándares necesarios para mantenerlo a flote y respondiendo a la demanda existente.

Los productos biológicos, orgánicos o bio, son aquellos que son cultivados y cuidados sin alteraciones ni pesticidas como su nombre lo dice en estado natural buscando el bienestar y salud para los que los consumen, si bien es cierto que es un producto de mayor costo debido a sus propiedades y cuidados es también una ventaja para los que lo consumen porque saben que es seguro, con mas nutrientes, sabor superior, menor impacto ambiental, mejor distribución, calidad y variedad.¹⁴ Estas son las principales razones por las cuales las cadenas de supermercados actualmente ofrecen distintos productos de origen orgánico y están en la continua búsqueda de nuevos proveedores que puedan cumplir con los altos estándares que busca tanto la UE como Suiza para adquirirlos.

El mercado ecológico tiene gran importancia en la UE sin embargo los resultados se han venido incrementando en los últimos 10 a 15 años logrando tener un gran crecimiento en las ventas.

¹⁴ FILB. (2002). *Desarrollo del mercado Organico en Europa*. Suiza.

Los compradores son numerosos y cada día van aumentando más, no obstante hay un perfil de los posibles compradores que pueden ser:

- ❖ Bajo 35/sobre 60
- ❖ Personas comprometidas a pagar por productos de calidad
- ❖ Cierta nivel de educación que permita diferenciar las calidades
- ❖ Todo tipo de ingresos
- ❖ Tanto solteros como familias con niños

Muchas personas los aceptan y conocen cada vez más pero hay otros que aun rechazan a los productos Bio, puede ser por sus precios altos, la cantidad de productos es limitada o por falta de conocimiento de los mismos¹⁵.

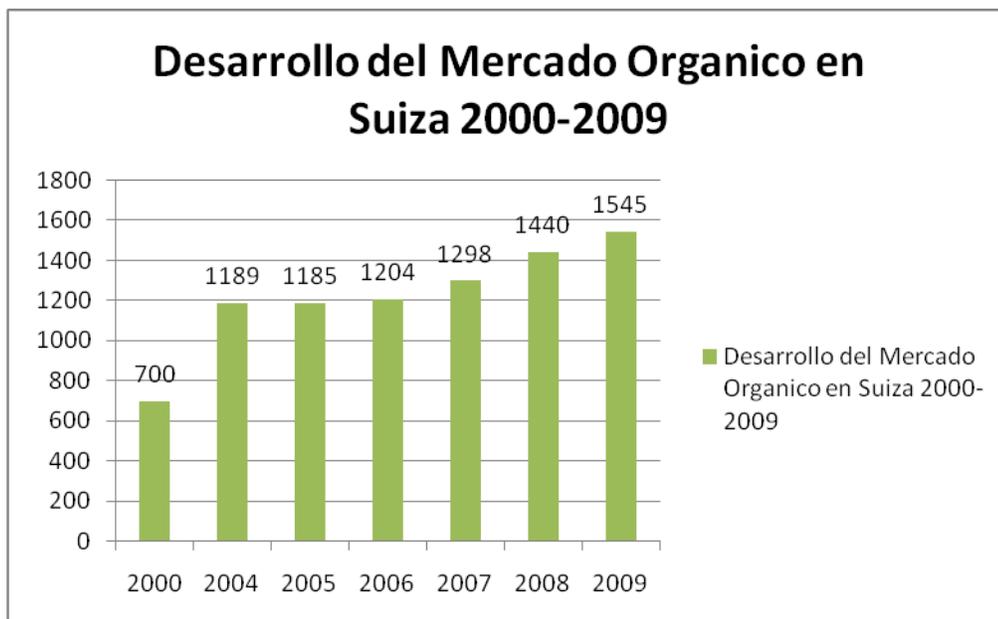


Figura 2-4 Desarrollo del Mercado Orgánico en Suiza

Fuente: Facts and Trends 2010, Bio-Suisse

Suiza en el mercado Bio se ha ido desarrollando de una manera rápida donde la figura principal es Coop con un 50% de productos orgánicos mientras que Migros tiene un 23%. Existen 2 instituciones principales encargadas de regularizar y controlar los procesos y cultivos de los productos orgánicos a Suiza estos son:

¹⁵ Pedro, N. (2009). *Mercado Europeo de Productos Ecológicos*.

Bio-Suisse: ¹⁶

Es una institución del sector privado encargada de revisar y verificar que los cultivos sean realizados según los estándares de calidad Bio Suisse para lograr mejorar las importaciones de productos extranjeros al mercado suizo donde son demandados abundantemente pero su oferta es muy escasa precisamente por lo estricta que son las normas a seguir.

FIBL (Forschungsinstitut für biologischen Landbau) o Instituto de Investigación de Agricultura Ecológica.

Es uno de los centros de investigación más conocidos en el mundo gracias a su labor que es el control y cuidado de productos Bio logrando tener la calidad esperada, mejorando los cultivos y dando certificados de reconocimiento de técnicas de cultivo Bio alrededor del mundo.

En Suiza su misión es de innovar las técnicas dando nuevas alternativas para mejorar los procesos ya existentes es así como se busca dar mejor utilidad a los bienes escasos¹⁷.

En la **Figura 2.4 y 2.5** se puede observar claramente el desempeño que ha tenido Coop y Migros en los últimos años.

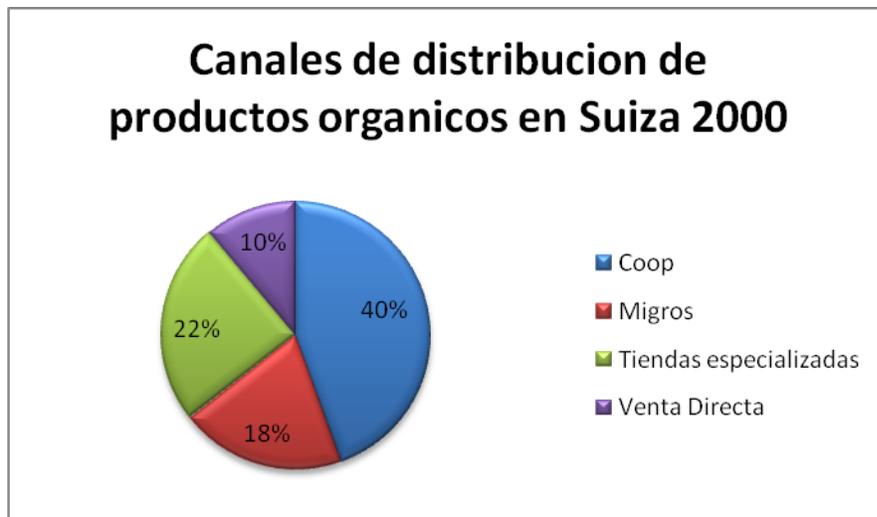


Figura 2-5 Canales de Distribución de Productos Orgánicos en Suiza

¹⁶ BIOSUISSE. (s.f.). *Bio-Suisse*. Recuperado el 8 de Febrero de 2001, de www.bio-suisse.ch/en/whoisbiosuisse.php

¹⁷ FIBL. (2008). *FIBL Switzerland in brief*.

Fuente: FILB, desarrollo del Mercado Orgánico en Europa

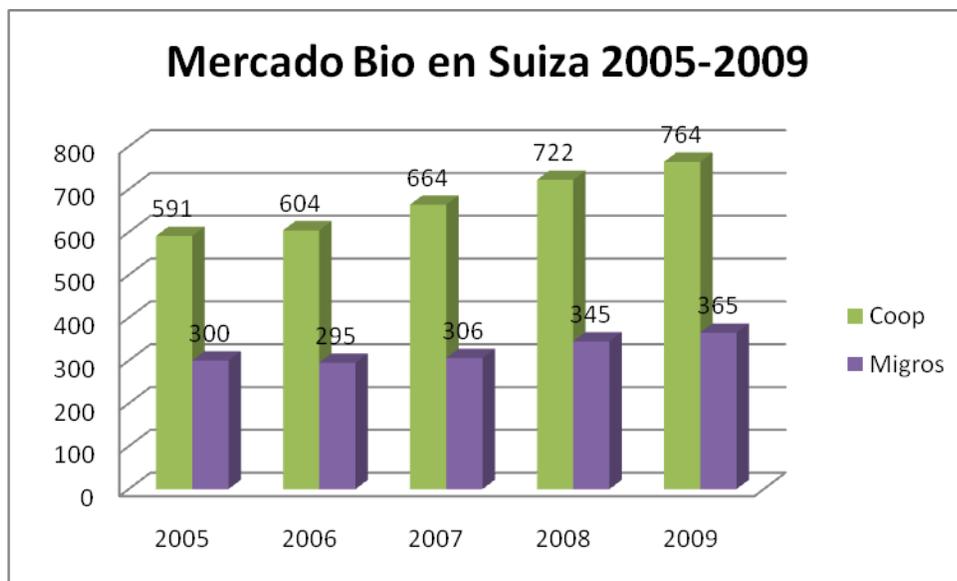


Figura 2-6 Mercado Bio en Suiza 2005-2009

Fuente: Facts and Trends 2010, Bio-Suisse

2.1.5.1 Etiquetas de certificación de calidad

Existen algunas etiquetas de certificación de calidad en alimentación para poder vender productos dentro de Suiza¹⁸

Critero
A= Respeto de los animales
B=Producción biológica
E= Respeto del medio ambiente, producción ecológica
S= Social, salud

¹⁸ Umwelt shutz. (s.f.). *Umwelt shutz*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.umweltschutz.ch

Tabla 2-3 Etiquetas de certificación de calidad

Etiquetas de Certificación de Calidad		
Grupo	Criterio	Descripción
Max Havelaar 	S, E	Productos que se fabrican y comercializan según las normas internacionales del comercio equitativo
Bio Suisse 	B, A, E	Productos que son de una producción agrícola biológicos (sin químicos y fitosanitario de síntesis)
Coop Naturaplan 	E, A	Productos que han sido producidos respetando el medio ambiente y los animales.
Migros Bio 	B, A	Productos que provienen de cultivos ecológicos según los criterios suizos
Bio Natur Plus 	B, A	Productos que provienen de cultivos biológicos controlados según los criterios suizos

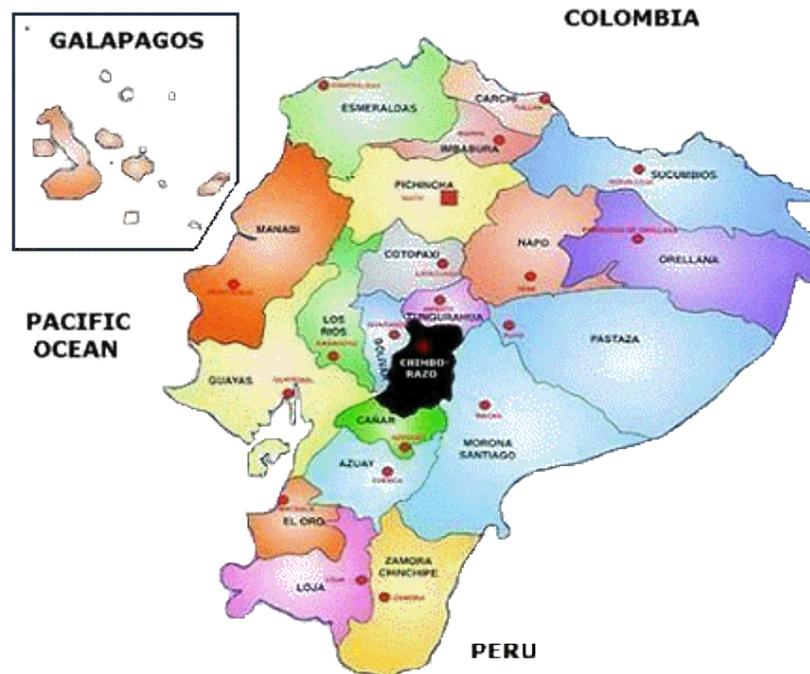
Fuente: Fundación Suiza para la buena práctica ambiental, Umwelt schutz

2.1.6 Políticas de Importación

- ❖ Bio Suisse solo otorga su marca a productos importados si cumplen rigurosamente con las normas que establecen
- ❖ Solo se importan productos que no sean cultivados por los agricultores orgánicos suizos o en caso que la producción no sea suficiente
- ❖ Las importaciones deben venir preferiblemente de países cercanos
- ❖ La transformación se realizara en Suiza en caso de ser necesaria
- ❖ Está prohibido el transporte aéreo
- ❖ El flujo de mercancía esta estrictamente controlado
- ❖ Se deben respetar las normas Bio Suisse

2.2 Ecuador

Conocido internacionalmente como la república del banano, cacao y rosas, Ecuador, es el país con mayor biodiversidad en cada kilometro cuadrado lo que representa una gran ventaja al momento de comercializar internacionalmente, su ubicación geográfica hace al país muy privilegiado ya que se encuentra en la zona ecuatorial convirtiéndolo en el lugar idóneo para el buen crecimiento de frutas, verduras, madera y todo tipo de cultivos, la tierra es fértil y capaz de producir gran diversidad de productos ya que además de los beneficios antes mencionados cuenta con cuatro regiones Costa, Sierra, Oriente e Insular cada una con características y climas diferentes pero constantes durante casi todo el año lo que lo hace atractivo principalmente para el turismo, inversiones o conocimiento de la cultura.



Ecuador se encuentra delimitado al norte con Colombia, al sur y este Perú, al oeste el Océano Pacífico, cuenta con una extensión territorial de 256.370 km² y 14 millones de habitantes¹⁹. El idioma oficial es el Español sin embargo en ciertas regiones del país una minoría de la población habla quichua y shuar que son los idiomas de los pueblos indígenas.

La ubicación geográfica de Ecuador le da una gran ventaja ante otros países ya que le permite tener acceso rápidamente a América del Sur tanto como Central e incluso hacer negociaciones con Asia que es un mercado que cada día crece más facilitando el intercambio de bienes y servicios entre estos países también es una ventaja ya que da la oportunidad de competir, mejorar el rendimiento y la calidad de productos que se elaboran o que se producen actualmente en busca de un nuevo reto que es posible de alcanzar ofreciendo productos con estándares de aceptación internacional incluso para los mercados más exigentes.

2.2.1 Estructura Comercial

Ecuador se encuentra conectado comercialmente por medio de acuerdos comerciales internacionales siendo miembro de los siguientes organismos:

- Organización Mundial de Comercio (OMC)
- Comunidad Andina de Naciones (CAN)

¹⁹ Central Intelligence Agency. (s.f.). *The World Factbook, Ecuador*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2010, de www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ec.html

- MERCOSUR
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Cooperación Económica Asia Pacifico (APEC)

Es por esto que actualmente se encuentran en búsqueda de nuevos mercado ya que el Ministerio de Relaciones Exteriores tiene como objetivo fomentar las exportaciones para lograr estar en los principales mercados internacionales, se pretende firmar Acuerdos de Comercio en busca de desarrollar de una mejor manera las industrias ecuatorianas por medio de un intercambio justo y beneficioso para ambos países; se tiene proyectado lograr acuerdos con la Unión Europea, Estados Unidos sin ser un TLC, mejorar términos establecidos con Chile, Brasil, Argentina, continuar negociando con Turquía, Guatemala, Nicaragua, El Salvador y abrir nuevos mercados con países de Asia como China y Corea²⁰.

Durante el mes de Noviembre del 2010 el Viceministro de Comercio, Francisco Rivadeneira explicó los lineamientos de la política comercial que se desean ejecutar de manera que resulte beneficioso para el país, en el mismo se plantea que actualmente el gobierno está dispuesto a firmar acuerdos entre países siempre y cuando se respeten los estándares y las leyes del país, para brindar esta seguridad.

Se han ido paulatinamente desarrollando reuniones con empresarios de diferentes países de la Unión Europea dándoles a conocer las oportunidades que se ofrece al mantenerse en un sector privilegiado dentro de América Latina ya que al estar ubicado en el corazón de América del Sur, Ecuador, podría llegar a ser un centro de negociaciones y punto de partida de una gran diversidad de productos terminados siendo así esta una manera de desligarse poco a poco de la dependencia en la exportación de petróleo, por otra parte fomentar el crecimiento de agricultores y diversificación de sus productos es una manera de ayudar a la sociedad dándoles las herramientas para que ellos crezcan y contribuyan al crecimiento general de la sociedad y a largo plazo que puedan ser competitivos en un mercado internacional.

2.2.1.1 Objetivos Fundamentales de la promoción de exportaciones son:

- ❖ Incrementar las exportaciones
- ❖ Diversificar los bienes y servicios exportables en cantidad y oferta en especial los productos no petroleros
- ❖ Incrementar los exportadores de productos agrícolas
- ❖ Promocionar efectivamente el turismo

²⁰ Ministerio de Relaciones Exteriores. (24 de Noviembre de 2010). Boletín de Prensa No. 889. *En busca de Nuevos Mercados*. Quito.

- ❖ Mejorar la integración Latinoamericana
- ❖ Disminuir las importaciones por país de origen

2.2.2 Exportaciones

Ecuador desde el año 2008 ha ido aprovechando las oportunidades y mejorando su relación comercial con la Unión Europea llegando recibir divisas de 13.400 millones de euros dato en el cual es muy claro los beneficios obtenidos. Entre los principales productos que se exportan son los del sector agrícola representando 1.900 millones de euros liderando el banano con 449 millones de euros, en el 2008 también los productos del mar tuvieron un gran crecimiento. Otro sector muy importante es el de las flores en el que se ubica en el tercer puesto como exportador mundial de flores, siendo el 15% de la producción destinada a la UE.

En términos generales tenemos varios aliados comerciales con importaciones de productos ecuatorianos donde la UE tiene el 14,2% del mercado y sin incluir exportaciones no petroleras representan el 30,49% de las exportaciones²¹.

Tabla 2-4 Exportaciones de Ecuador hacia UE

EXPORTACIONES DE ECUADOR HACIA UE 2009 (MILES DE DOLARES)		
RANGO	PAIS	\$ DE LA EXPORTACION
5	Italia	574,982
7	Alemania	323,051
10	Francia	155,712
13	Reino Unido	97,935
23	Portugal	17,556
25	Dinamarca	12,392

Fuente: International Trade Centre, 2009

²¹ Union Europea. (2007). *Delegacion de la Union Europea para Ecuador*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2010, de ec.europa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/ue-ecuador/index_es.htm

2.2.3 Importaciones

Los principales productos se importan de la UE son maquinarias, artefactos mecánicos, medicamentos y diferentes productos que ayudan principalmente al sector agrícola Ecuador importó de la UE 1.010 millones de Euros en el 2008 superando a las del 2007 en un 12% sus principales aliados comerciales son Alemania, Bélgica, Italia y Holanda ellos a su vez son las naciones de donde se obtienen la mayoría de productos de la UE²².

Tabla 2-5 Importaciones de UE a Ecuador

IMPORTACIONES DE UE A ECUADOR 2009 (MILES DE DOLARES)		
RANGO	PAIS	\$ DE LA IMPORTACION
7	Alemania	414,28
9	Italia	225,115
13	Francia	132,89
14	Reino Unido	90,541
28	Austria	26,205
33	Dinamarca	20,324
36	Portugal	14,036

Fuente: International Trade Centre, 2009

²² Union Europea. (2007). *Delegacion de la Union Europea para Ecuador*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2010, de ec.europa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/ue-ecuador/index_es.htm

2.2.4 Mercado de Productos Bio

En Ecuador existe desde el año 1998 en Riobamba el instituto BCS OKO Garantie certificado para llevar a cabo las inspecciones correspondientes para productos bio que han logrado cubrir más del 80% de la producción orgánica que se comercializa dentro y fuera del país, respaldan el producto y compañías en el exterior confían en sus observaciones, aprobaciones y demás para realizar las importaciones ya que están acreditados instituciones muy reconocidas a nivel mundial²³.

La compañía realiza inspecciones y certificaciones en productos agroecológicos en diferentes sectores como:

- ❖ Agricultura
- ❖ Transformaciones
- ❖ Exportaciones
- ❖ Importaciones

2.2.4.1 Proceso de certificación

El proceso se realiza de la siguiente manera²⁴:

1. Ponerse en contacto con las oficinas BCS
2. BCS enviara la información correspondiente al proceso requerido
3. Enviar la información solicitada de la empresa
4. BCS presentara la oferta comercial adecuada a lo que se desea realizar
5. De ser aceptada se deberá realizar el depósito inicial que es del 50%
6. Se realizara la Inspección
7. Firma de aceptación de los hallazgos
8. Auditoria de Certificación
9. Se realizara los tramites de emisión y registro del Certificado
10. Deposito de saldo final
11. Recepción de resultado final en 30 días después del informe de Inspección

²³ BCS-OKO Garantie. (s.f.). *BCS-OKO Garantie*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.bcsecuador.com/html/servicios.html

²⁴ BCS-OKO Garantie. (s.f.). *BCS-OKO Garantie*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.bcsecuador.com/html/servicios.html

2-7 Cuadro de Proceso de Certificación

El siguiente cuadro muestra claramente como es efectuado el proceso de certificación entre una empresa y OKO Garantie hasta obtener el certificado



Figura 2-7 Proceso de Certificación

Fuente: BCS Ecuador, OKO Garantie

2.3 Relación comercial Ecuador-Suiza

Ecuador como Suiza al ser países pequeños, ubicados en diferentes continentes tienen diferentes necesidades que satisfacer, ya que sus ventajas absolutas como comparativas son complementarias unas para las otras en la dependencia que tienen en cuanto al mercado internacional para desarrollarse de diferentes maneras.

Actualmente Ecuador como Suiza tiene 2 acuerdos comerciales bilaterales²⁵

- ❖ Acuerdo del 2 de mayo de 1968 entre la confederación Suiza y la República del Ecuador sobre la Promoción de Protección Recíproca de las Inversiones.

²⁵ Confederación Suiza. (s.f.). EDA. Recuperado el 4 de Diciembre de 2010, de www.eda.admin.ch/eda/es/home/reps/sameri/vecu/busecu.html

- ❖ Convenio del 28 de Noviembre de 1994 entre la Confederación Suiza y la República del Ecuador para evitar la doble tributación en materia de impuestos sobre los ingresos y bienes.

2.3.1 Beneficios de un nuevo Acuerdo Comercial

Si bien es cierto que últimamente se han evitado las negociaciones y acuerdos entre los países para intercambio comercial, desde el mes de Noviembre la situación viene cambiando poco a poco dando, paso a diálogos y futuros nuevos acuerdos entre las naciones que traerán grandes beneficios para el país y ante la mirada internacional al comenzar estas negociaciones²⁶.

1.- Integración Comercial

Es una apertura a los mercados internacionales con nuevas exigencias que permiten competir y desarrollar industrias mejorando la diversificación de productos.

2.- Reglas de Origen

Por medio de estas reglas se definen que productos pueden ingresar al país dando lugar a la estimulación de ciertas áreas mejorando la producción.

3.- Acceso a Mercados

Lograr que los productos se sitúen en nuevos mercados internacionales sin ningún tipo de barreras ya sea arancelario o no arancelario, en un tiempo prudencial.

4.- Defensa Comercial

Realizar planes de contingencia que ayuden a mantener una estabilidad comercial, en caso que haya distorsiones en el comercio, con el fin de corregirlos sin causar tantos problemas y cambios en el mercado.

5.- Generación de Divisas

Uno de los mejores incentivos para el país ya que al mejorar la producción y comercialización se generara el ingreso de divisas una de las principales razones para continuar con un acuerdo.

²⁶ Asociaciones del Ecuador. (2010). *Ecuador y los acuerdos comerciales*. Quito: Boletín 06.

2.3.2 Productos que se exportan e importan entre los países

En la actualidad se busca el crecimiento del sector agrícola aprovechando las tierras y técnicas de cultivo para mejorar los resultados en cuanto a producción, es imprescindible que se implemente la diversificación, como punto clave y de partida para ver resultados de crecimiento en los próximos años, maximizando de esta manera la utilización de recursos naturales que a su vez son escasos pero con la debida administración pueden llegar a ser más productivos²⁷.

En las siguientes tablas están los principales productos que se exportan hacia Suiza y los productos que se importan desde Suiza.

Tabla 2-6 Principales exportaciones de Ecuador hacia Suiza

PRINCIPALES EXPORTACIONES HACIA SUIZA, 2008 (MILES DE DOLARES)	
PRODUCTOS	TOTAL
Oro incluido oro platinado	29.724
Flores y capullos	3.534
Grasas y sus aceites	563
Cacao en grano entero o partido crudo o tostado	427
Jugo de frutas u otros frutos incluido el mosto de uva y hortalizas	402
Café incluido tostado o descafeinado cascara y cascarilla de café	245
Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas preparado	156
Antibióticos	132
Medicamentos excepto los productos de las partidas 30 02 30 05	78
Hortalizas incluso silvestres secas bien cortadas en trozos	50
Preparación de alimentos no expresadas no comprendidas en otra parte	45
Algarrobas, algas, remolacha azucarera y caña de azúcar fresca refrigerada	32
Jugos y extractos de vegetales materias pecticas y pectatos	29
Frutas y otros frutos sin cocer o cocidos en agua o vapor congelados	29
Semillas frutos y esporas para siembra	26
Pescado fresco o refrigerado excepto los filetes y demás carne de pez	19
Las demás hortalizas preparadas o conservadas excepto en vinagre	13

²⁷ MIPRO. (2007). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2010, de www.mipro.gob.ec/index/SIM.php

PRODUCTOS	TOTAL
Agentes de superficie orgánicos excepto jabón	11
Materiales colorantes orgánicos sintéticos	10

Fuente: MIPRO, comercio exterior, balance comercial, 2008

En la **TABLA 2.6** podemos observar la variedad de productos que se exportan hacia Suiza obteniendo los primeros lugares productos como oro, flores, cacao y frutas este último producto mencionado es el motivo de investigación ya que al tener un mercado establecido aunque sea pequeño se lo puede tomar como ventaja o un primer paso en el ingreso de nuevos productos que poco a poco se conoce por su calidad.

Tabla 2-7 Principales Importaciones a Ecuador desde Suiza

PRINCIPALES IMPORTACIONES DESDE SUIZA, 2008 (MILES DE DOLARES)	
PRODUCTOS	TOTAL
Medicamentos excepto los productos de las partidas 30 02 30 05	36.098
Relojes de pulsera, bolsillo y similares	4.126
Las demás aeronaves por ejemplo: helicópteros, aviones, vehículos	3.228
Sangre humana, animal, preparadas para uso terapéuticos	2.716
Sulfonamidas	2.418
Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas incluidas las disoluciones	2.367
Provitaminas y vitaminas naturales o reproducidas por síntesis	1.791
Artículos preparados de ortopedia incluidas las fajas y vendajes médicos	1.479
Materias colorantes orgánicas sintéticas aunque sean de constitución	1.400
Instrumentos y aparatos de medicina cirugía, odontología o veterinaria	1.313
Insecticidas, raticidas, fungicidas, herbicidas, inhibidores de germen	1.110
Bombas de aire o de vacío compresores de aire u otros gases y ventila	1.017
Telares	921
Maquinas y aparatos para soldar	812
Instrumentos y aparatos para análisis físico o químico	774
Maquinas para limpieza clasificación o cribado de semillas granos	718
Preparación y artículos farmacéuticos	707
Maquinas y aparatos auxiliares para la máquina de la partida 84 44	674

PRODUCTOS	TOTAL
Resina amínicas fenolicas y poliuretano en formas primarias	531
Partes de los aparatos de las partidas 88 01 u 88 02	519
Las demás placas, laminas, hojas y tiras de plásticos no celular	496

Fuente: MIPRO, comercio exterior, balance comercial, 2008

En la **TABLA 2.7** se encuentran los productos que se importan desde Suiza los principales son medicamentos, relojes, aparatos ortopédicos y maquinarias que son de suma importancia para el desarrollo de las industrias ecuatorianas por el aporte que brindan en la producción. Es en este sector el que se desarrollaría de una manera más amplia al llegar a un acuerdo con la Confederación Suiza.

2.3.3 COSUDE en Ecuador

La Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, (COSUDE) es un programa suizo que se encarga de ayudar a países en vías de desarrollo entre ellos Ecuador, compromiso que empezó en 1969, en el 2006 se busco mejorar la eficiencia de los países, pero lamentablemente este acuerdo culminó a finales del 2009 y sus oficinas cerraron en junio de 2010 culminando así con la ayuda que prestaba Suiza no solo a nivel económico sino también con la ayuda humanitaria que es tan importante para que los proyectos funcionen²⁸.

2.3.3.1 Temas de Desarrollo y Ayuda Humanitaria

Cooperación en busca de desarrollo

- ❖ Aumento de productividad, competitividad y acceso a los mercados
- ❖ Administración de recursos naturales
- ❖ Descentralización y desarrollo

Se apoyó a organizaciones ecuatorianas colaborando con:

- ❖ El Ministerio de Medio Ambiente y de Agricultura
- ❖ Organizaciones no gubernamentales y asociaciones
- ❖ Agencias y organizaciones no gubernamentales suizas

²⁸ Confederacion Suiza, DEZA. (s.f.). *La COSUDE*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.deza.admin.ch/es/pagina_principal/Paises/America_Latina_y_Caribe/Ecuador

- ❖ Programa de desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Centros de investigación agrícola y agencias de Cooperación bilateral

Ayuda Humanitaria

- ❖ Ayuda en el 2008 en la erupción volcánica del Tungurahua
- ❖ Inundaciones durante el mes de Marzo y Abril de 2008

Lamentablemente tanto la ayuda humanitaria como la cooperación en busca del desarrollo fueron canceladas al cerrar las oficinas dentro del país sin embargo estas instituciones prestarán ayuda en caso de catástrofes naturales.

Capítulo 3

3. Propuesta

Suiza mucho antes de tener una relación comercial fuerte ya ayudaba a Ecuador en proporciones más grandes de las esperadas ¿Por qué no retomarlas?

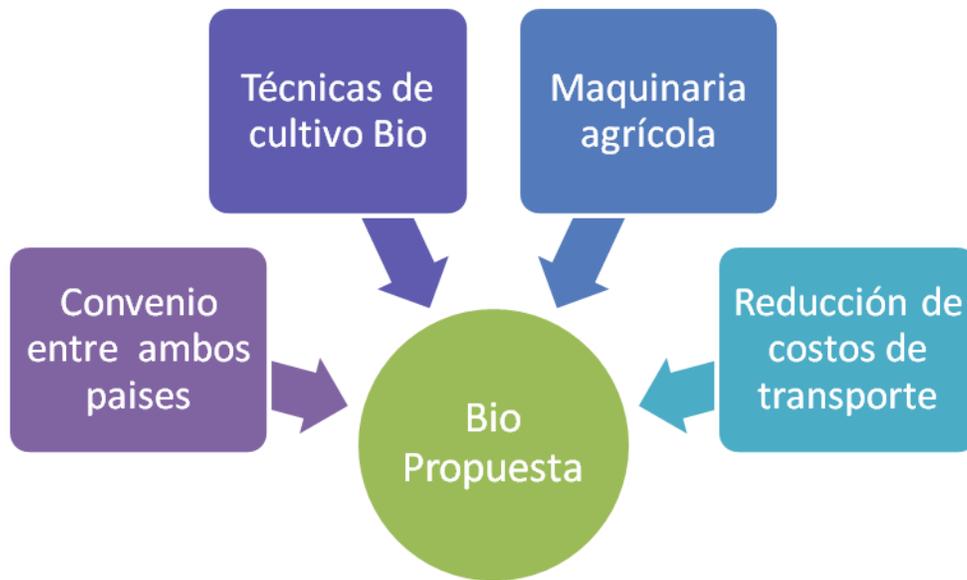
El aporte ayudó a que la agricultura incrementara en los últimos veinte años en un 21% y 50% en la provincia de Azuay logrando en ciertos cantones incrementar hasta un 100% otras reformas y mejoras también hubieron como²⁹:

- ❖ Mejores sistemas de riego
- ❖ Servicios financieros
- ❖ Mejor comercialización de productos agrícolas

Esto ayuda a que la zona rural no decida migrar a las ciudades logrando que con 15000 hectáreas de tierra de regadío 16000 familias hayan mejorado sus condiciones en un 70%

Conocer que Ecuador y Suiza tienen cierta historia de negociación, intercambio e incluso de ayuda a diferentes sectores fuera de ser solo el económico ayuda a visualizar el tipo de convenio que se podría lograr entre ambos países facilitando de esta manera el arreglo comercial al que se llegue. Por lo tanto la propuesta es establecer un convenio que facilite el mejoramiento en zonas agrícolas y constará de las siguientes partes:

²⁹ Confederación Suiza, DEZA. (s.f.). *COSUDE*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.cooperacion-suiza.admin.ch/peru/es/Pagina_principal/Noticias/Vista_detallada?itemID=193842



3.1 Convenio entre ambos países

El Gobierno de Ecuador no ha sido partidario de grandes alianzas entre grupos de países como la Unión Europea o Estados Unidos, sin embargo desde el mes de Noviembre el Ministerio de Relaciones Exteriores decidió abrir las puertas a nuevos acuerdos bilaterales tratando de encontrar nuevos mercados, facilitar el intercambio comercial y las relaciones comerciales entre los países involucrados.

Es así como llega Suiza a ser un buen candidato para esta oportunidad de formar nuevas alianzas en el que ambos países se verán beneficiados por medio de sus especializaciones o lo que abunda en sus mercados haciendo que la posible alianza sea más conveniente.

3.2 Técnicas de cultivo Bio

Dentro de la propuesta también se requiere capacitaciones para mejorar el uso de las tierras, como ya ha sido realizado en otros países para mejorar la producción de productos Bio de esta manera se mejoraría la biodiversidad de tal manera que se puedan cumplir con los objetivos de los cultivos Bio, que son:

- ❖ Evita el daño al medio ambiente
- ❖ Se mejoran los paisajes
- ❖ Mantener vivas las diferentes especies de acuerdo a los requerimientos
- ❖ Producir alimentos saludables

- ❖ Evita que hayan mayores cambios climáticos

Para esto será necesario utilizar diferentes técnicas de cultivo, de esta manera los campesinos recibirán una mejor capacitación en los diferentes temas que pueden surgir de la plantación de los mismos comparando los diferentes tipos de sistemas:

Agroforestal Orgánico

Es un sistema que con lleva diferentes requisitos incluyendo aspectos ecológicos y socioeconómicos de los sistemas, se busca optimizar los sistemas buscando mayores beneficios y rendimientos de las áreas reduciendo el impacto ambiental³⁰.

El Monocultivo Orgánico

Como su nombre lo dice es un sistema en el cual la tierra es cultivada con una sola especie vegetal, puede ser inestable y a su vez vulnerable pero tiene gran rendimiento económico y facilita la cosecha agrícola.³¹

El Agroforestal Sucesional

Sistema de sucesión natural de especies que busca manejar efectivamente las plagas y enfermedades que puedan traer a la planta, ayuda a la recuperación de suelos mejorando los sistemas dando como resultado sostenibilidad y rentabilidad económica³².

Orgánico



No Orgánico



³⁰ Centro Agronomico Tropical de Investigacion y Enseñanza, CATIE. (2005). *Sostenibilidad socioeconomica y ecologica de sistemas agroforestales*. Costa Rica.

³¹ Naturaleza y Ciencia Medio Ambiental. *Agricultural y desertizacion*. Buenos Aires.

³² ACB-B. (s.f.). *Asociacion para la Biologia de la Conservacion- Bolivia*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de www.acbbolivia.com

3.2.1 Cultivos Orgánicos

Dan más carbón al suelo

Los cultivos bio buscan obtener mayor cantidad de humus en el suelo de esta manera la tierra se vuelve más fértil, mejora la retención de agua y sostenibilidad del suelo previniendo la erosión y mejorando los niveles de dióxido de carbono en el suelo de esta manera se aumenta la capacidad de adaptación de los sistemas agrícolas al cambio climático.

Usa menos energía

Es otro de sus beneficios ya que todo cultivo orgánico al tener sus propiedades en el suelo necesita de menos de un 20% de energía primaria que los cultivos no orgánicos haciéndolos más fácil de cuidar y con mejor resistencia a los cambios climáticos. Incrementar el uso de fijadores de nitrógeno ayuda a reducir la emisión de CO2 mejorando su rendimiento pero esto no es una regla ya que no se aplica a todo tipo de productos de producción orgánica.

Mejor adaptación

El cultivo orgánico permite que el suelo tenga un mejor uso de los recursos naturales mejorando la fertilidad y estabilidad del mismo, el humus que se trata de mantener en el suelo de cultivo ayuda a mantener la humedad del suelo como a regular el nivel de agua en caso de inundaciones, el suelo permite que los cultivos se mantengan libre de plagas ya que estas técnicas ayudan a mantener el suelo en condiciones optimas reduciendo los riesgos de pérdida de cosecha que es muy común en los climas cambiantes mejorando la calidad de vida de los productores aun cuando seguir estas técnicas es más costoso, los beneficios son mucho más grandes a largo plazo.³³

³³ Research Institute of Organic Agriculture. (2009). *Organic farming and climate changes*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de www.filb.org/en/themen/climate-change.html

3.2.1.1 Ventajas y Desventajas de tener cultivos agrícolas

Ventajas

- ❖ La producción de productos orgánicos reduce la emisión de gases a la atmósfera
- ❖ Se necesita menor cantidad de gasolina de fósiles por hectárea y kg más bien ayuda a mantener la fertilidad y nitrógeno de la tierra usando sembríos de leguminosas, residuos y cultivos de cubierta
- ❖ Retiene el dióxido de carbono en la tierra
- ❖ Contribuye a la creación de un sistema para la agro forestación
- ❖ Se adapta fácilmente a los cambios climáticos aplicando técnicas de cultivo muchas veces ancestrales creando mayor diversidad de productos.

Desventajas

- ❖ No hay suficiente conocimiento del tema por lo tanto no se aplican correctamente las técnicas de cultivo
- ❖ No es tan productivo como los cultivos no orgánicos
- ❖ La producción actual de productos orgánicos representa el 1% es por esto que tratan de impartir estos conocimientos en países en vías de desarrollo
- ❖ No hay los materiales y maquinarias que se necesitan
- ❖ Campañas de capacitación para los agricultores para que se especialicen en ciertas áreas de cultivo

3.3 Maquinarias agrícolas

Para poder ejecutar esta propuesta será necesario tener acceso a maquinarias para poder realizar la recolección de mejor manera y eficaz. Un método efectivo sería a través del régimen de importación temporal con reexportación en el mismo estado de equipos que puedan ser necesarios para mejorar la tierra o crear canales de riego, otra posibilidad es por medio de donaciones realizadas por el gobierno suizo de maquinarias tanto nuevas

como de segunda mano que son de gran necesidad y ayuda para los agricultores para facilitar su labor, esta es una medida que actualmente se realiza en países como Bolivia, Perú, Serbia, etc. en las cuales el gobierno suizo provee esta ayuda a países en vías de desarrollo para que mejore la calidad de vida de los agricultores dándoles la oportunidad de tener ganancias y una mejor calidad de vida de esta manera ellos pueden desarrollarse en áreas rurales sin tener que migrar a las grandes ciudades y a su vez, es una solución para el hambre ya que tener cultivos de calidad ayudará a que se desarrollen de una mejor manera.

Es así como se pueden desarrollar no solo este sector sino todo en general ya que al mejorar el área que se desea reformar otras aprovecharán y mejorarán a su vez dando las facilidades de crear programas de cooperación comercial y en busca de mejorías no solo de biodiversidad sino también de desarrollo basados en productos de cultivo orgánico³⁴.

3.4 Reducción de los costos de transportación

A pesar de ser un tema completamente ligado con la logística del proceso de transportación es de suma importancia ya que por medio del ahorro que se puede obtener se lo podría invertir en otras áreas que lo requieran es por esto que un buen desempeño ayudara en:

- ❖ Mejorar el proceso exportador de la empresa
- ❖ Prevenir el pago innecesario de multas ya sea de transporte, aduana o clientes
- ❖ Obtener nuevos pedidos
- ❖ Mantener una buena relación comercial
- ❖ Conservar una buena imagen ante los clientes

De esta manera se podrá enviar productos siempre siguiendo las especificaciones correspondientes para evitar gastos innecesarios. Otra manera de reducir costos es al momento del intercambio es por medio de la optimización y aprovechamiento del espacio del contenedor tanto a la ida como el regreso ya que llegando a un acuerdo de productos que se comercializaran entre ambos países se podrá economizar en los costos de transporte ya que no regresaran vacios sino que traerán productos que no

³⁴ Agroeconomica. (s.f.). *Agroeconomica*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de www.agroeconomica.pe/tag/efta/

pueden ser producidos en el país pero que son de suma importancia para mejorar la calidad de vida y procesos industriales.

3.5 Proceso de Exportación de un producto Bio a Basilea-Suiza

3.5.1 Basilea

La ciudad seleccionada como punto de destino es la elegida precisamente porque ser muy cercana tanto a Alemania como a Francia lugares por los que puede llegar la mercadería vía terrestre y tiene conexión por agua debido a que es la única ciudad por la que cruza el Río Rin permitiendo tener un tipo de transporte multimodal.

La Suiza alemana, donde está situada Basilea, es la parte con mayor demanda de los productos Bio y sede principal de una de las cadenas de supermercado Coop es por esto la idónea para comenzar la introducción de los productos orgánicos de origen ecuatoriano y cercana a la otra sede principal del supermercado Migros que se encuentra ubicado en Zurich, a una hora de Basilea.³⁵



³⁵ Basel. (2009). *Basel-Suiza*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2010, de www.basel.ch/leben/lebeninbasel.htm

3.5.2 Medios de Transporte

Para realizar la exportación de productos agrícolas serán necesarios 2 tipos de transporte marítimo y terrestre³⁶

Transporte marítimo: es el más económico y eficiente medio de transporte es por esto que es el más utilizado y necesario para la transportación de “commodities” ya que puede transportar cargas de gran peso y volumen

Transporte terrestre: este tipo de transporte es muy importante para acceder a lugares específicos a los que no todos los transportes de cargas grandes pueden acceder por otro lado este permite que los productos lleguen a tiempo a su destino. Las tarifas de transporte varían de acuerdo al peso, distancia, volumen, valor, etc.

Tabla 3-1 Tipos de contenedores para productos agrícolas

Tipos de contenedores más utilizados para el transporte internacional de productos agroalimentarios				
	20' Seco	40' Seco	40' Seco cubos grandes	40' Refrigerado
	Sist. Métrico Internacional	Sist. Métrico Internacional	Sist. Métrico Internacional	Sist. Métrico Internacional
Peso max de carga	21700 kg	27000 kg	29000 kg	25800 kg
Volumen max de carga	33m3	66 m3	76 m3	54 m3
Ancho del contenedor	2,34 m	2,34 m	2,34 m	2,24 m
Largo del contenedor	5919 m	12,05 m	12,05 m	11,20 m
Alto del contenedor	2,38 m	2,38 m	2,68 m	2,18 m

Fuente: Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados, 2009

³⁶ IICA. (2009). *Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*.

3.5.3 Materiales para exportar alimentos frescos

Tabla 3-2 Ventajas y Desventajas de materiales para exportar

Material	Ventajas	Desventajas
Cartón corrugado	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Buena resistencia ❖ Facilidad de impresión ❖ No ocupa mucho espacio de almacenamiento ❖ Relación costo/calidad ❖ Se puede reciclar 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ La humedad puede cambiar sus propiedades mecánicas ❖ El cartón tiene poca resistencia en comparación con otras cajas
Madera	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Material de alta resistencia a golpes, agua, humedad ❖ Se puede reciclar 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mayor costo ❖ La resistencia no es homogénea ❖ Ocupa más espacio para almacenar
Metálico	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Resistencia mecánica, ❖ Mínima interacción química ❖ Buena estabilidad ❖ Buena opacidad 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Incurrir en mayores gastos de transporte y mantenimiento ya que los envases son perforados
Papel	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ideal para la impresión ❖ Fácil de moldear ❖ Fácil de almacenar ❖ Se puede reciclar 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Poco eficiente como barrera a líquidos, aceites y grasas ❖ Altamente absorbente
Plástico	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mínima Interacción química ❖ Poco peso, flexibilidad y versatilidad ❖ Buena resistencia mecánica ❖ Se puede reciclar 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Permeabilidad a gases y radiaciones ❖ Problemas de termoestabilidad

Material	Ventajas	Desventajas
Vidrio	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Material limpio, puro, higiénico ❖ Resistente a la presión interna y altas temperaturas ❖ Puede apilarse ❖ Fácil de verificar el producto 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Peso y volumen que dificulta el almacenamiento ❖ Frágil
Compuestos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se adapta a las necesidades resaltando los materiales que lo conforman 	

Fuente: Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados, 2009

3.5.4 Documentos requeridos para la exportación de Productos frescos Bio³⁷

1. Declaración aduanera
2. Documento de transporte (Conocimiento de transporte, Guía aérea, Carta de porte)
3. Factura Comercial
4. Lista de embarque
5. Clasificación arancelaria
6. Certificado de Origen
7. Certificado de Calidad
8. Certificado de Producción Bio
9. Registro Sanitario
10. Certificado Fitosanitario
11. Certificado Zoosanitario

³⁷ IICA. (2009). *Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*.

3.5.5 Valores de Contenedores hasta Basilea-Suiza

Transoceánica

Los siguientes valores corresponden al valor por contenedor ya sea este de 20', 40' o 40' refrigerado, el transporte marítimo va hasta Hamburgo de ahí cambia a terrestre ya sea en camión o tren para llegar a su destino que es la ciudad de Basilea o Basilea (BSL). El tiempo de duración es de 21 días hasta Hamburgo mas 5 días más hasta Basilea llegando a un total de 26 días hasta su destino final.

Tabla 3-3 Cotización por contenedor Transoceánica

Exportación a Suiza cotización Transoceánica	
Contenedor	Valor en dólares
20'	2266
40'	3567
40' refrigerado	4000

Mediterranean Shipping

Los siguientes valores corresponden al valor por contenedor ya sea este de 20', 40', el transporte marítimo va hasta el puerto en Amberes Bélgica vía Balboa de ahí cambia a terrestre ya sea en camión o tren para llegar a su destino que es la ciudad de Basilea o Basilea (BSL). El tiempo de duración es de 19 días hasta Amberes mas 8 días más hasta Basilea llegando a un total de 27 días hasta su destino final.

Tabla 3-4 Cotización por contenedor Mediterranean Shipping

Exportación a Suiza cotización Mediterranean Shipping	
Contenedor	Valor en dólares
20'	2705
40'	3432

3.5.6 Convenios de Suiza con otros países

Actualmente cuenta con convenios en todos los continentes para ayudar al crecimiento económico priorizando las zonas en las que hay más escasas en busca de alternativas que los ayude a salir de esas situaciones y sacar provecho de lo que los rodea, es así como por medio de de COSUDE³⁸ institución que trabaja en muchos países alrededor del mundo se logra tener grandes resultados claros ejemplos de estas obras son Perú, Bolivia, Colombia, países vecinos pero que han sabido aprovechar de la oportunidad que les dan países más desarrollados logrando obtener grandes resultados.

Los países antes mencionados por medio de estos proyectos de fortalecimiento de promoción y servicios de la biodiversidad llegaron a obtener varios beneficios como:

- ❖ El acceso al mercado europeo.
- ❖ Generar mayor demanda de los productos Bio.
- ❖ Fomentar las investigaciones para mejorar sus productos.
- ❖ Gestión de recursos naturales.

El desarrollo económico y político es sumamente importante para tener las bases solidas en el proceso de mejoramiento en los diferentes sectores como la pobreza, cambios climáticos, pérdida de la biodiversidad entre otros siendo estos temas de suma importancia para todos los que habitan en estos sectores que se ven más afectados y hoy en día son uno de los más valorados.



³⁸Confederación Suiza, Informe Perú Biodiverso, desarrollo sostenible 2010

3.5.6.1 Proyectos en Ecuador

El principal objetivo de ellos es mejorar la calidad de vida de las diferentes provincias creando oportunidades iguales para todos sin que se aproveche de las diferencias y circunstancias que los rodean.

Es por esto que se han desarrollado proyectos principalmente en la sierra capacitándolos y dándole suficientes herramientas de trabajo para que sepan defenderse en el futuro impartiendo conocimientos en diferentes áreas en las que se pueden desarrollar creando micro empresas, consorcios entre otros donde son hábiles y las condiciones se prestan para que realicen actividades acordes al lugar en especial aquellos más lejanos y sin herramientas necesarias para mejorar.

Entre los proyectos que fueron realizados en Ecuador están³⁹:

- ❖ Patococha, Gota a Gota entre 1985 – 2007 se realizaron 6 proyectos de riego de los cuales 1680 familias de 15 comunidades se ven beneficiadas.
- ❖ Consorcios, las mismas oportunidades en la actualidad se han formado 9 organizaciones en: 2 en Carchi, 3 en Imbabura, una en Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo y Loja de las que se benefician 5000 personas produciendo 20000 quintales de leguminosas.
- ❖ Las queseras en Salinas-Guaranda Provincia de Bolívar proyecto que comenzó en 1979 y culminó en 1995 con una inversión de dos millones de dólares.
- ❖ La semilla Agrosem en Daule, la cual produce 750 toneladas anuales de semillas certificadas beneficiando 50000 agricultores
- ❖ Aire de Calidad Quito programa en el que se invirtió alrededor de 3 millones de dólares mejorando la calidad del aire y disminución de la contaminación.

³⁹ Informe Paso a Paso se construyen grandes historias, COSUDE, 1969-2009

Queseras



Semilla Agrosem



3.5.7 Presupuesto de COSUDE por año de 2005-2010

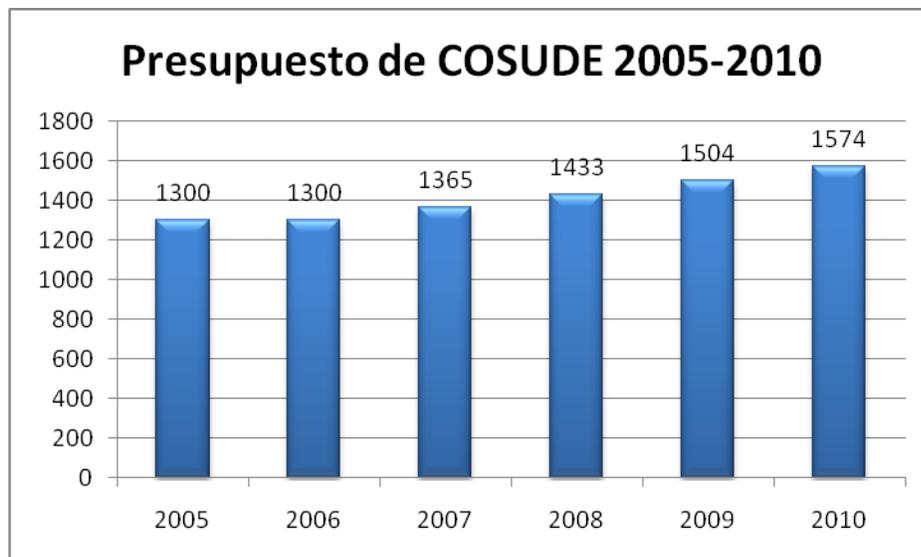


Figura 3-1 Presupuesto de COSUDE 2005-2010

Fuente: Apoyar a América Latina para reducir la pobreza plazo 2002-2010

COSUDE destinó 1300 millones de francos suizos para ayudar a los diferentes países alrededor del mundo y a partir del año 2006 se aumento este presupuesto en un 5 por ciento año a año de los cuales un 5 por ciento se destina a Latinoamérica repartiéndose el dinero de la siguiente manera.

Tabla 3-5 Presupuesto de COSUDE Año 2006

Presupuesto de COSUDE para Latinoamérica	
País-Región	2006 millones CHF
América Central	20.8
Bolivia	14.3
Perú	10.4
Ecuador	8.5
Haití	3.2
Cuba	2.6
Región Latinoamericana	2.0
Región Andina	3.2
Total	65

Fuente: Apoyar a América Latina para reducir la pobreza plazo 2002-2010

Tabla 3-5 indica como fue distribuido el 5 por ciento que es destinado a Latinoamérica, hasta el 2006 Ecuador era parte de esta ayuda que cada año iba creciendo motivo por el cual aparece dentro de la repartición.

Con los datos antes revisados podemos obtener una visión general de los beneficios que se pueden llegar a poseer teniendo como aliados a países que son muy parecido y distinto a su vez como es el caso de Ecuador y Suiza donde los avances tecnológicos, ayuda social y económica son pilares fundamentales para el crecimiento de países como Ecuador que no tienen las herramientas necesarias para desarrollarse de la manera esperada, pero con apoyo de terceros puede llegar a ser posible.

4. CONCLUSIONES

1. Ambos países a pesar de ser pequeños tienen grandes ventajas competitivas en diferentes sectores, haciéndolos complementarios el uno del otro mejorando sus relaciones comerciales.
2. Los puntos fuertes de Ecuador y Suiza están en la agricultura ya que pueden aportar cada uno con sus zonas de especialización siendo así tierra y cultivos frente a maquinarias y tecnología permitiendo sacar provecho de sus fortalezas.
3. A medida que el tiempo pasa se avanza en ciertas áreas y se retrocede en otras como es la producción de frutas y verduras ya que está comprobado que las propiedades que tienen los productos orgánicos no son solo para la salud y organismo en general sino también para el suelo, biodiversidad y la atmósfera.
4. Países industrializados como Suiza ayudan en todas las áreas a países en vías de desarrollo a través de programas que benefician al sector económico y humanitario probando que el esfuerzo que hacen vale la pena reduciendo los niveles de pobreza y dándoles mejores oportunidades.
5. Al ser Ecuador candidato en estos procesos de desarrollo y mejoramiento con ayuda internacional se podrán obtener resultados rápidamente de manera eficiente y eficaz demostrando que varios sectores se verán beneficiados obteniendo una mejoría en el país en general y al obtener reducción de costos de producción y transportación sin dejar a un lado las mejorías a largo plazo.

5. RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda firmar un acuerdo comercial con Suiza que permita aprovechar de una óptima manera oportunidades como la que COSUDE brinda, para que se pueda continuar con la ayuda que han dado hace muchos años, mejorar y dar continuidad a los proyectos ya implementados.
- 2.** Crear una Cámara de Comercio Suiza-Ecuador de esta manera se podrá realizar con mayor facilidad la propuesta Bio, también se debe buscar la colaboración de las entidades correspondientes como el Ministerio de Relaciones Exteriores de ambos países para elaborar un acuerdo en el que se sientan satisfechas ambas partes.
- 3.** Incrementar la producción Bio dará a Ecuador una ventaja ante el mercado internacional ya que puede competir dando un valor agregado a sus productos como es su estado natural haciéndolo más saludable.
- 4.** Aliarse con países que exigen estándares de calidad muy altos, proporcionará una buena imagen a la producción ecuatoriana dando la oportunidad de acceder a diferentes países con nuevos productos sintiendo la confianza que consumen productos de excelente calidad.

6. BIBLIOGRAFIA

ABC, D. (s.f.). *Definicion ABC*. Recuperado el 17 de Octubre de 2010, de www.definicionabc.com/politica/organismo-multilateral.php

ACB-B. (s.f.). *Asociacion para la Biologia de la Conservacion- Bolivia*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de www.acbbolivia.com

AELC. (s.f.). *Alianza Social Continental*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2010, de www.asc-hsa.org/node/382

Agroeconomica. (s.f.). *Agroeconomica*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de www.agroeconomica.pe/tag/efta/

ALADI. (s.f.). *Asociacion Latinoamericana de Integracion*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2010, de www.aladi.org/nsfaladi/preguntas_frecuentes.nsf

APEC. (s.f.). *Asia-Pacific Economic Cooperation*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2010, de www.apec.org/about-us/about-APEC.aspx

Asociaciones del Ecuador. (2010). *Ecuador y los acuerdos comerciales*. Quito: Boletín 06.

Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Banco Central del Ecuador, Comercio Exterior*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2010, de www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767

Basel. (2009). *Basel-Suiza*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2010, de www.basel.ch/leben/lebeninbasel.htm

BCS-OKO Garantie. (s.f.). *BCS-OKO Garantie*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.bcsecuador.com/html/servicios.html

BIOSUISSE. (s.f.). *Bio Suisse*. Recuperado el 7 de Febrero de 2011, de www.bio-suisse.ch/en/library/espagnol

BIOSUISSE. (s.f.). *Bio-Suisse*. Recuperado el 8 de Febrero de 2001, de www.bio-suisse.ch/en/whoisbiosuisse.php

Central Intelligence Agency. (s.f.). *The World Factbook, Ecuador*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2010, de www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ec.html

Central Intelligence Agency. (s.f.). *The World Factbook, Switzerland*. Recuperado el 10 de Octubre de 2010, de www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sz.html

Centro Agronomico Tropical de Investigacion y Enseñanza, CATIE. (2005). *Sostenibilidad socioeconomica y ecologica de sistemas agroforestales*. Costa Rica.

COMEXI. (s.f.). *Consejo Comercio Exterior e Inversion*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2010, de www.comexi.gov.ec/acuerdos_comerciales.shtml

Comunidad Andina de Naciones. (s.f.). Recuperado el 5 de Noviembre de 2010, de www.americaeconomica.com/zonas/can.htm

Confederación Suiza. (s.f.). *EDA*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2010, de www.eda.admin.ch/eda/es/home/reps/sameri/vecu/busecu.html

Confederacion Suiza. (s.f.). *SECO, Staatssekretariat für Wirtschaft*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2010, de www.seco.admin.ch/theme/00513/00514/index.html?lang=en

Confederacion Suiza. (s.f.). *SIPPO, Swiss Imports Promotion Programme*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2010, de www.sippo.ch/internet/osec/en/home/imports.html

Confederacion Suiza, DEZA. (s.f.). *COSUDE*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.cooperacion-suiza.admin.ch/peru/es/Pagina_principal/Noticias/Vista_detallada?itemID=193842

Confederacion Suiza, DEZA. (s.f.). *La COSUDE*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.deza.admin.ch/es/pagina_principal/Paises/America_Latina_y_Caribe/Ecuador

COOP. (s.f.). *COOP*. Recuperado el 10 de Octubre de 2010, de www.coop.ch

COSUDE. (2002). *Apoyar a America Latina para reducir la pobreza*. Berna.

Definicion de. (s.f.). Recuperado el 23 de Octubre de 2010, de www.definicionde.com/convenios-bilaterales/

Federal Department of Economic Affairs. (Junio 2009). *Bericht Schweiz-Latinamerica 2008/Swiss-Latin America Economic Relations*. Bern.

FIBL. (2008). *FIBL Switzerland in brief*.

FILB. (2002). *Desarrollo del mercado Organico en Europa*. Suiza.

IICA. (2009). *Logistica para la exportacion de productos agricolas, frescos y procesados*.

International Trade Centre. (s.f.). Recuperado el 5 de Diciembre de 2010, de www.intracen.org/menus/countries.htm

LP. (s.f.). *Legal Info Panama*. Recuperado el 20 de Octubre de 2010, de www.legalinfo-panama.com/articulos/articulos_27a.htm

MIGROS. (s.f.). *MIGROS*. Recuperado el 10 de Octubre de 2010, de www.migros.ch

Ministerio de Relaciones Exteriores. (9 de Noviembre de 2010). Boletín de prensa No. 836. *Ecuador y España fortalecen el diálogo Bilateral*. Quito, Ecuador.

Ministerio de Relaciones Exteriores. (24 de Noviembre de 2010). Boletín de Prensa No. 889. *En busca de Nuevos Mercados*. Quito.

Ministerio de Relaciones Exteriores. (25 de Noviembre de 2010). Boletín de Prensa No. 902. *Es Necesario Ver hacia Afuera*. Quito.

MIPRO. (2007). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2010, de www.mipro.gob.ec/index/SIM.php

Naturaleza y Ciencia Medio Ambiental. *Agricultural y desertización*. Buenos Aires.

Organización Mundial de Comercio. (s.f.). Recuperado el 28 de Octubre de 2010, de www.wto.org/thewto_s.htm

Pedro, N. (2009). *Mercado Europeo de Productos Ecológicos*.

Research Institute of Organic Agriculture. (2009). *Organic farming and climate changes*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de www.filb.org/en/themen/climate-change.html

Suiza. (s.f.). *Swiss World*. Recuperado el 2 de Diciembre de 2010, de www.swissworld.org/es/economia/contexto_internacional/comercio_exterior/

Umwelt shutz. (s.f.). *Umwelt shutz*. Recuperado el 8 de Febrero de 2011, de www.umweltschutz.ch

Union Europea. (2007). *Delegación de la Unión Europea para Ecuador*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2010, de ec.europa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/ue-ecuador/index_es.htm

7. ANEXOS

1. Aumenta la exportación de lo artesanal, gourmet y orgánico Viernes 25 de febrero del 2011 Diario El Universo

Las palabras orgánico, artesanal y gourmet colocan a los productos ecuatorianos como artículos con una creciente demanda en el mercado europeo y estadounidense.

Los textiles, productos agrícolas y de desarrollo especializado como artesanías en tagua y paja toquilla forman parte de esta lista, según el Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones Pro Ecuador.

Agrega que el segmento de exportaciones no tradicionales mantiene un crecimiento de entre el 10% y el 40% anual desde hace cinco años, dependiendo del producto.

Este aumento en la demanda se refleja en el caso de la quinua de la Fundación Mujer y Familia Andina. María Eugenia Lima, jefe de comercialización de la organización, explica que mensualmente vende un contenedor valorado en \$ 56 mil a Estados Unidos, donde el grano sirve de materia prima para producción pastelera.

Actualmente su mercado de interés es Europa, pues solo entre el 2009 y 2010 la demanda aumentó en 800% por el incremento del consumo de los elaborados orgánicos.

Por ello, este año planea participar en su segunda feria de alimentos en Europa, para posicionar su producto.

Mauro Mariani, consejero político de la delegación de la Unión Europea en Ecuador, dice que el incremento en las ventas de productos orgánicos va al ritmo del crecimiento de la tendencia de consumo de artículos de producción más limpia, con menos químicos.

Otro de los factores que favorecen la compra de productos a Latinoamérica, según Mariani, es la responsabilidad social que proyectan los artículos de elaboración artesanal como los de la cooperativa Centro de Bordado en Cuenca, donde 60 mujeres producen textiles de exportación.

Isabel Alvarado, gerenta de la cooperativa, cuenta que sus primeras exportaciones fueron entre 1999 y 2002, cuando vendían camisetas y chaquetas a Estados Unidos, pero la competencia de países como Perú y Bolivia los obligó a retirarse del negocio. Inclusive, en el 2005 reactivaron su producción para el extranjero, pero con un artículo más novedoso: tarjetas bordadas.

En una tela bordan paisajes que luego pegan sobre una cartulina, este detalle sirve como un recuerdo por la compra de joyas en un negocio de California. Según Alvarado, su compradora hace pedidos de 150 a 200 tarjetas cada tres meses. La unidad de estos artículos puede costar \$ 5, mientras al por mayor se venden a \$ 3,50.

Para este año, según Alvarado, están en conversaciones para retomar la venta de camisetas y sombreros a través de un nuevo contacto en Nueva Jersey. Otro de sus intereses es colocar mercancía en una tienda de comercio justo en Suecia, cuyas representantes visitaron el local hace tres días.

En la categoría textiles, según Pro Ecuador, las exportaciones han crecido en un 30,7% en los últimos cinco años.

La característica de gourmet de los productos ecuatorianos también ha ayudado a que se coloquen en el extranjero. Un ejemplo es la marca Chocolate Chchukululu (pájaro cantor en quichua) vendida en Londres.

Allí, Lourdes Delgado, creadora del producto, vende la barra a través de Martin Christy, miembro de la Academia de Chocolate de Londres, quien por las características del dulce decidió negociar la exclusividad de su comercialización.

La barra se vende en Londres en 13 libras esterlinas, cerca de \$ 21. Esto mientras el precio de exportación es \$ 4 por unidad a su distribuidor. Delgado destina hasta medio contenedor (10 mil unidades) en Londres a lo que suman Italia y Estados Unidos. En este último vende, por pedido, en restaurantes gourmet.

Karina Amaluisa, encargada de la oficina comercial de Ecuador en Nueva York, dice que los productos gourmet nacionales captan el 0,4% de ese mercado estadounidense, pero esto podría llegar al 1%, especialmente elaborados de chocolate, salsas exóticas y las frutas deshidratadas, que tienen una demanda que crece al 15% anual.

Capacitación

Europa: El programa Al Invest da capacitación para mejoramiento de productos. Además de instructivos para la creación de marcas y posicionamiento de productos en Europa. Para más información llamar al (02) 225-6008 de las oficinas del proyecto en Quito.

Programas: Pro Ecuador promueve el sistema Exporta Fácil para la venta al extranjero de productos hechos por microempresas. Para consultas sobre exportación o capacitación escribir al correo proecuador@mrrree.gov.ec.

2. Proyecto para el Fortalecimiento y Promoción de Productos y Servicios de la Biodiversidad – Perúbiodiverso (PBD)

Introducción:

El Perú ofrece un interesante potencial comercial y económico, derivado de su inmensa diversidad biológica nativa, para consolidar su actual oferta de bienes y servicios para los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Pero si bien el capital natural del que está dotado el país es abundante, también es frágil, por lo que su uso sostenible en los aspectos económico, social y ecológico, debe responder al criterio de conservación de la diversidad biológica. Perúbiodiverso (PBD) es el proyecto de la Cooperación Suiza cuya finalidad es fortalecer y promover cadenas de valor de productos y servicios relacionados con la biodiversidad nacional y el desarrollo rural sostenible.

Objetivo

Incrementar los negocios de la biodiversidad que incorporan en su gestión los principios y criterios del biocomercio con el fin de que la población rural de menores recursos de las áreas seleccionadas, mejore su participación económica con una orientación hacia el mercado, en condiciones de equidad Biodiversidad y buenos negocios en el Perú.

Líneas de Acción

- 1.** Facilitar el acceso de las empresas peruanas al mercado europeo. Elaboración de diversos análisis situacionales para distintos productos y de planes de trabajo para empresas y estrategia de mercadeo de productos para nuevos mercados.
- 2.** Generar demanda de productos de la biodiversidad en los sectores de gastronomía y línea hotelera, en aeropuertos internacionales y cruceros a través del Callao como puerto de atraque.
- 3.** Afinar conceptos de productividad y mejora de la calidad y aplicarlos en forma dirigida, a fin de mejorar la producción e incrementar su volumen.

4. Apoyar iniciativas de investigación y desarrollo de nuevos productos e innovación en productos ya conocidos, en función del mercado.
5. Apoyar a las instituciones nacionales en el desarrollo de políticas, leyes, reglamentos y normas para mejorar las condiciones del comercio de productos de la biodiversidad.
6. Sistematizar experiencias sobre el potencial peruano de denominaciones de origen e indicaciones geográficas; establecer base de datos sobre conocimientos tradicionales.
7. Apoyar a contrapartes peruanas en negociaciones sobre la gama temática de la biodiversidad y los tratados de libre comercio, la propiedad intelectual y el CBD/COP X y XI.
8. Informar a la opinión pública y programa de relaciones públicas, para institucionalizar el Biocomercio en la agenda política.
9. Integrar la temática del Biocomercio en las estrategias nacionales y regionales de exportación (PENX y PERX)

Logros del Proyecto

1. Desarrollo de los mercados potenciales de expectante crecimiento en el mundo para la exportación de productos como la tara y el yacón de Cajamarca; la maca de Junín, el sachá inchi de San Martín o el camu camu de Loreto.
2. Desarrollo del potencial de eco-turismo de los destinos de Sauce, Chazuta, Lloros y Tingana. Modalidad. El proyecto se diseñó sobre la base de las acciones previas del Programa de Facilitación de Biocomercio de Productos y Servicios de la Biodiversidad (BTFP por sus siglas en inglés) de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) realizadas en el periodo 2003 – 2007 y se ejecuta bajo el marco institucional y político del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB) de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU). La unidad ejecutora del PBD es el Programa de Desarrollo Rural Sostenible (PDRS) de la Cooperación Alemana al Desarrollo (GTZ). Actualmente el PBD se encuentra en su segunda fase, con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza (SECO).

3.- Banco Central del Ecuador, Exportaciones hacia Suiza 2008

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR						
EXPORTACIONES HACIA SUIZA, 2008 (TONELADAS Y MILES DE DOLARES)						
SUBPARTIDA NANDINA	PRODUCTO	DESCRIPCION	PAIS	TONELADAS	FOB-DOLAR	%/TOTAL FOB- DOLAR
1801001900	CACAO	LOS DEMAS	SUIZA	154.45	514.09	0.24
901119000	CAFÉ	LOS DEMAS	SUIZA	77.05	245.19	1.08

4.- Balanza Comercial Suiza-Ecuador 2000-2010 por tonelada y FOB

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR				
BALANZA COMERCIAL SUIZA-ECUADOR, 2000-2010 (TONELADAS Y MILES DE DOLARES)				
ANO	TONELADAS		FOB-DOLAR	
	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
2000	1003.63	1202.1	28671.81	3004.01
2001	266840.4	1081.94	29084.35	3671
2002	8039.01	1132.49	31678.11	4306.94
2003	915.67	1535.84	24235.59	5583.76
2004	4970.85	1441.26	36944.26	6916.55
2005	1245.13	1775.52	46684.41	21396.89
2006	1384.84	1740.81	53104.72	26850.52
2007	1573.2	2650.45	62704.3	29798.03
2008	2499.28	1511.69	72661.42	36758.6
2009	1176.63	1690.51	69916.69	45526.72
2010	9663.27	1680.51	95059.6	61790.4
TOTALES	299311.91	17443.12	550745.26	245603.42