



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“MANUAL LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN DE SNACKS DE PAPAS (PUCA SHUNGO, Y YANA SHUNGO) DESDE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS DEL RUBRO PAPA CONPAPA “AGROPAPA” DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA HACIA LA CIUDAD DE MADRID – ESPAÑA, PERIODO 2015-2020.”

AUTORA:

ALDÁS MAYORGA FANNY KATHERINE

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de titulación, desarrollado por la señorita Aldás Mayorga Fanny Katherine, previo a la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, ha sido revisado en su totalidad, cumple con los requisitos exigidos en el Reglamento de Graduación de la Facultad de Administración de empresas y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

DIRECTOR DE TRIBUNAL

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

MIEMBRO DE TRIBUNAL

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Fanny Katherine Aldás Mayorga, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Fecha: 24 de febrero de 2016

Fanny Katherine Aldás Mayorga

CI: 180424784-7

DEDICATORIA

Este presente trabajo de investigación dedico a mis papitos Carlos y Fanny por el apoyo incondicional, consejos, por la confianza y por los recursos necesarios que me brindaron a lo largo de mi carrera. Me han dado lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño y perseverancia para seguir con mis objetivos.

A mis hermanos, por ayudarme día a día a triunfar, brindándome siempre una sonrisa o una pequeña riña. A mi sobrinita Brittany Ariana que es mi motivación, inspiración, y mi felicidad.

A mis amigas por el apoyo incondicional, por toda su generosidad, por su paciencia, por ayudarme en alguna duda que he tenido en mis estudios y por ser las mejores amigas del mundo.

Katherine Aldás

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios, por regalarme la vida, por guiar mí camino y por bendecirme con una hermosa familia que no la cambio por nada. Un agradecimiento muy especial a mi papitos que gracias a su esfuerzo, y apoyo he logrado adquirir conocimientos que me servirán en la vida y gracias a ellos he podido culminar mis estudios.

A toda mi familia por brindarme su apoyo, ánimos y consejos que me han ayudado a culminar mis estudios.

Un agradecimiento a mis profesores en especial al Ing. Juan Carlos Alarcón y al Ing. Iván Carrillo que me han guiado en la preparación de este proyecto de investigación.

ÍNDICE GENERAL	Pág.
Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaracion de autenticidad.....	iii
Índice General	vi
Índice de Gráficos	ix
Índice Tablas	xi
Resumen Ejecutivo	xiii
Summary	14
Introducción	15
CAPITULO I: EL PROBLEMA	16
1.1 TEMA	16
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.6 OBJETIVOS	18
1.6.1 Objetivo General.....	18
1.6.2 Objetivos Específicos	18
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	19
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	19
2.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	21
2.2.1 Fundamentación Teórica	21
2.2.1.1 Manual	21
2.2.1.2 Logística	22
2.2.1.3 Exportación.....	26
2.2.1.4 PAPAS.....	32
2.2.1.5 Snacks	34
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	36
2.3.1 Constitución de la república del ecuador.....	36
2.3.2 Plan nacional del buen vivir	37
2.3.3 Código orgánico de la producción comercio e inversiones	38
2.4 MARCO CONCEPTUAL	39

2.5	IDEA A DEFENDER	41
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO		42
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.2	INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA	42
3.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	42
3.3.1	Investigación Descriptiva	42
3.4	Métodos, técnicas e instrumentos	42
3.4.1	Método Inductivo	42
3.4.2	Método Deductivo	43
3.4.3	Método Analítico	43
3.5	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	43
3.5.1	Bibliografía	43
3.6	POBLACIÓN O MUESTRA	43
3.6.1	Universo.....	43
3.6.2	Población	43
3.6.3	Muestra	43
3.6.4	Unidad de estudio	¡Error! Marcador no definido.
3.7	Entrevista	44
3.8	Encuesta.....	46
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO		53
4.1	TÍTULO	53
4.2	OBJETIVOS	53
4.3	FASES DE LA PROPUESTA.....	53
4.3.1	FASE I: Análisis del mercado de destino	54
4.3.1.1	ESPAÑA.....	54
4.3.1.2	MADRID	59
4.3.1.3	Comercio exterior de España.....	60
4.3.1.4	Relación Comercial de Ecuador – España.....	63
4.3.1.5	Demanda en España de Snacks de papa	65
4.3.2	FASE II: Empresa.....	67
4.3.2.1	Reseña histórica	67
4.3.2.2	Estrategia	69
4.3.2.3	Donde Estamos	69
4.3.2.4	Quienes Somos	69

4.3.2.5	El Agro-negocio Asociativo	69
4.3.2.6	Que esperamos a Futuro:	71
4.3.2.7	Localización.....	71
4.3.2.8	Proceso productivo de Snacks de papas Yana Shungo, Puca Shungo.....	72
4.3.2.9	Manejo del cultivo	72
4.3.2.10	Proceso de etiquetado empacado, embalaje	81
4.3.3	FASE III: Manual Logístico	86
4.3.3.1	Introducción.....	86
4.3.3.2	Flujograma de procesos	86
4.3.3.3	Contratar agente aduanero	90
4.3.3.4	Estructura de comercialización.....	90
4.3.3.5	Trasporte interno.....	100
4.3.3.6	Gastos en el Puerto Marítimo	100
4.3.3.7	Logística de salida	101
4.3.4	FASE IV: Estudio Financiero.....	103
4.3.4.1	Costos de producción.....	104
4.3.4.2	Gastos Administrativos.....	107
4.3.4.3	Gasto de Ventas	108
4.3.4.4	Costo unitario	109
4.3.4.5	Gastos de exportación.....	109
4.3.4.6	Precio de venta.....	110
4.3.4.7	Flujo de caja.....	110
4.3.4.8	Evaluación financiera	111
	CONCLUSIONES	115
	RECOMENDACIONES	116
	ANEXOS.....	117
	BIBLIOGRAFÍA	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS	Pág.
Gráfico 1: Exportaciones Ecuatorianas de snacks al mundo	35
Gráfico 2: Tiene conocimientos de cómo se realiza una exportación?	46
Gráfico 3: Usted como socio de la Empresa está de acuerdo que se exporte los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo).?.....	47
Gráfico 4 : ¿Cree usted que los Snacks de papas nativas sean aceptados en mercados extranjeros?.....	48
Gráfico 5: Que características poseen los Snacks de papas nativas a diferencia de otros productos similares?	49
Gráfico 6: Cree usted que la Asociación tiene la capacidad tecnológica para realizar exportaciones?	50
Gráfico 7: ¿Usted tiene conocimiento de que se trata un manual?.....	51
Gráfico 8: Considera usted que la Asociación necesita la ayuda de un manual para exportar?	52
Gráfico 9: Fases de la propuesta	53
Gráfico 10: Ubicación Geográfica.....	54
Gráfico 11: Balanza comercial	61
Gráfico 12: Principales productos importados por España.....	61
Gráfico 13: Principales proveedores de las Importaciones de España	62
Gráfico 14: Balanza Comercial.....	63
Gráfico 15: Exportaciones de Snacks de Ecuador hacia España	65
Gráfico 16: Demanda en España de snack de papa	65
Gráfico 17: Exportaciones	66
Gráfico 18: Estructura Gremial - Administrativa	68
Gráfico 19: Papas Nativas	71
Gráfico 20: Ubicación.....	71
Gráfico 21: Preparación del suelo.....	72
Gráfico 22: Siembra de la semilla	73
Gráfico 23: Labores culturales.....	73
Gráfico 24: Cosecha.....	73
Gráfico 25: Transformación	74
Gráfico 26: Inspección y Selección	75
Gráfico 27: Lavado	75

Gráfico 28: Pelado	76
Gráfico 29: Inmersión.....	76
Gráfico 30: Rebanado	77
Gráfico 31: Fritura	77
Gráfico 32: Centrifugación	78
Gráfico 33: Selección de la fritura.....	78
Gráfico 34: Aplicación de sal	79
Gráfico 35: Empaque y sellador	79
Gráfico 36: Almacenamiento.....	80
Gráfico 37: Flujograma de proceso de producción.....	80
Gráfico 38: Marca.....	81
Gráfico 39: Proceso de empaçado	83
Gráfico 40: Flujograma de proceso de embalaje	85
Gráfico 41: Formulario Certificado	87
Gráfico 42: Datos Personales.....	87
Gráfico 43: Referencia.....	88
Gráfico 44: Página principal del sistema ECUAPASS.....	89
Gráfico 45: Documento de transporte.....	92
Gráfico 46: Certificado de origen.....	94
Gráfico 47: Certificado Sanitario.....	95
Gráfico 48: lista de empaque	96
Gráfico 49: Flujograma carta de crédito	97
Gráfico 50: Documentos de acompañamiento	101
Gráfico 51: Post embarque	102
Gráfico 52: Proceso de exportación.....	103

ÍNDICE TABLAS

Pág.

Tabla 1: Incoterms	29
Tabla 2: Aporte de Nutrientes de las papas nativas	33
Tabla 3: Tiene conocimientos de cómo se realiza una exportación?.....	46
Tabla 4: Usted como socio de la Empresa está de acuerdo que se exporte los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo) ?.....	47
Tabla 5: ¿Cree usted que los Snacks de papas nativas sean aceptados en mercados extranjeros?.....	48
Tabla 6: Que características poseen los Snacks de papas nativas a diferencia de otros productos similares?	49
Tabla 7: ¿Cree usted que la Asociación tiene la capacidad tecnológica para realizar exportaciones?	50
Tabla 8: ¿Usted tiene conocimiento de que se trata un manual?.....	51
Tabla 9: ¿Considera usted que la Asociación necesita la ayuda de un manual para exportar?	52
Tabla 10: Principales Factores de España	55
Tabla 11: Principales Factores de Madrid	59
Tabla 12: Principales productos exportados por España	62
Tabla 13: Principales Productos exportados por Ecuador hacia España	63
Tabla 14: Principales producto importados por Ecuador desde España.....	64
Tabla 15: Principales proveedores	65
Tabla 16: Principales destinos de las exportaciones de Snacks de España	66
Tabla 17: Valor Nutritivo:	72
Tabla 18: Ruc.....	86
Tabla 19: Partida arancelaria	90
Tabla 20: Costo transporte interno	100
Tabla 21: Gastos en el Puerto Marítimo	101
Tabla 22: Costo por manipuleo contenedor y sellos.....	102
Tabla 23: Costo de MPD	104
Tabla 24: Costo de MOD.....	105
Tabla 25: Costo Materiales	105
Tabla 26: Costo MOD	105
Tabla 27: Depreciación	106

Tabla 28: Servicios	106
Tabla 29: Costos Indirectos de Fabricación.....	106
Tabla 30: Salario personal Administrativo	107
Tabla 31: Suministros de Oficina	107
Tabla 32: Gastos Administrativos	107
Tabla 33: Salario de Personal de ventas	108
Tabla 34: Publicidad y Promoción	108
Tabla 35: Gasto de Ventas	108
Tabla 36: Costos Unitario	109
Tabla 37: Gasto de Exportación	109
Tabla 38: Precio de Venta.....	110
Tabla 39: Flujo de Caja.....	110
Tabla 40: Recuperación de la inversión.....	113
Tabla 41: Evaluación financiero	114
Tabla 42: Cuadro comparativo de cambios Esperados.....	114

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo conocer la posibilidad que tendrá la Asociación de productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” de exportar los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo) desde la ciudad de Ambato, hacia Madrid - España, ayudando a la comercialización nacional e internacional del producto. Los Snacks es un producto orgánico que tiene un valor nutritivo muy alto con todas las normas y técnicas necesarias para convertirse en un producto de exportación para consumo humano, cumple con todas las certificaciones exigidas para la salida del país hacia la Unión Europea. Con el estudio de mercado realizado identificamos las características competitivas del producto, el mercado potencial y las tendencias de consumo en España, comprobando que se posee la capacidad de producción para poder satisfacer las necesidades del mercado meta. El estudio Financiero nos señala la viabilidad del proyecto a través de sus diferentes indicadores financieros como el VAN con un valor de 43929.90 y el TIR 30% anual, demostrando así la factibilidad del proyecto. La Asociación debe mantener alianzas estratégicas con los pequeños productores para tomar impulso y comience con el gran reto, la exportación los Snacks de papas nativas orgánicas acorde a las exigencias del mercado nacional y del mercado Madrid – España.

Palabras claves: MANUAL, LOGÍSTICO, EXPORTACIÓN, SNACKS, PAPAS NATIVAS (PUCA SHUNGO, YANA SHUNGO)

SUMMARY

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional es un vínculo entre países que han permitido el desarrollo económico y reconocimiento a nivel mundial, nuestro país ha sido muy privilegiado con abundantes tierras fértiles y un clima favorable para el sembrío y cosecha de tubérculos como la papa que es uno de los rubros importantes de los sistemas de producción de la Sierra ecuatoriana, la misma que constituye una fuente importante de alimentación e ingresos para las familias campesinas de la provincia de Tungurahua.

Los cultivos andinos tienen una gran importancia económica, social, ecológica, nutricional y funcional, en nuestro país y en el resto de países atravesados por la cordillera de los Andes. La papa nativa tiene un rol clave en la cadena alimenticia global, ella es, fuera de los cereales, el alimento más importante en el mundo, explotada ancestralmente por los pueblos altos andinos. Si bien estos tubérculos son apreciados por sus propiedades organolépticas agradables y propiedades agrícolas favorables, su producción se ha destinado para el autoconsumo o para mercados locales reducidos; esto debido, principalmente, al desconocimiento de los consumidores sobre las bondades de estos tubérculos nativos.

El cultivo de papa a nivel mundial, conjuntamente con el maíz, el trigo y el arroz, son los cuatro rubros alimenticios básicos de la seguridad y soberanía alimentaria en variadas formas de consumo por los diferentes segmentos del mercado. La papa se cultiva en casi todos los países, y su producción así como su consumo está incrementándose en los países en vías de desarrollo.

Ecuador cuenta con una infinidad de productos susceptibles de transformación. La implementación tecnológica hace que hoy en día se pueda facilitar los procesos productivos y que además, sean los propios ecuatorianos los que tomen la posta como empresarios preparados y exitosos.

La apertura hacia los productos con valor agregado está en aumento, especialmente por la demanda que poseen los países europeos, constituyendo una fortaleza que debemos aprovechar.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“Manual logístico de exportación de Snacks de papas (Puca Shungo, y Yana Shungo) desde la Asociación de Productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” de la Ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Madrid – España, periodo 2015-2020.”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización representa la apertura de nuevos mercados que permite el incremento del comercio internacional, por lo tanto las exportaciones significan un factor muy importante en la economía del país, ya que aumentan el ingreso nacional del mismo por medio de transacciones que generan divisas.

El proceso de exportar significa una internacionalización de productos, que involucra toda la funcionalidad de la empresa, es por esto que la Asociación de productores Agrícolas de papas “AGROPAPA” requiere comercializar su producto procesado Snacks de papas directamente a nivel internacional, pero no poseen experiencia ni conocimientos en el campo exportador, por tal motivo necesita saber los procedimientos legales, comerciales, y cumplimiento de las condiciones que exige el entorno internacional para llegar a ser un exportador exitoso.

La capacidad que posee la Asociación en la elaboración de snacks no es ocupada en su totalidad por ser un producto nuevo en el mercado, y en el Ecuador no se valora la calidad y aportes nutricionales que este con lleva, ya que su costo es elevado en relación a la competencia, y la materia prima que se utiliza es de calidad por el motivo que son papas orgánicas clasificadas y seleccionadas cuidadosamente el cual requiere de un tratamiento especial para su procesamiento.

A nivel internacional existe demanda insatisfecha de este tipo de productos ya que según la OMC reporta que en la actualidad las personas por sus actividades diarias consumen aperitivos como snacks, en el continente Europeo existen personas que se preocupan por su salud consumiendo productos orgánicos, especialmente en Madrid promueven el consumo sin químicos y plaguicida, buscando productos saludables y de calidad.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo beneficia el manual logístico de exportación de Snacks de papa hacia la ciudad de Madrid – España a la Asociación de Productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” de la Ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La elaboración del manual de exportación de snacks de papas (Puca Shungo, y Yana Shungo) se realizara desde la Provincia de Tungurahua cantón Ambato, de la **ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS DEL RUBRO PAPA CONPAPA “AGROPAPA”** hacia la ciudad de Madrid – España, periodo 2015-2020.”

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El Ecuador ha venido consolidando una Balanza Comercial negativa, lo cual nos ubica en diferentes escenarios en los cuales el flujo negativo de divisas termina siendo el detonante para que se tomen medidas muy drásticas como el aumento en el pago de aranceles y salvaguardas en las importaciones, por lo cual es necesario que las exportaciones sean mayores que las importaciones para así mejorar nuestra balanza.

Nuestro país es uno de los territorios del mundo que cuenta con un excelente clima y suelo fértil, que beneficia directamente a toda clase de plantas y sembríos como es el caso de la papa Yana Shungo y Puca Shungo, a través de este tubérculo se puede elaborar un sin número de productos como son los Snacks , en el cual se conservara la mayor parte de su valor nutricional en vitaminas, minerales, proteínas, y carbohidratos contribuyendo a la salud integral de las personas que lo consuman ya que es un producto de origen netamente orgánico.

Se elaborará un Manual logístico, un documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización del procedimiento de exportación, el cual permite incrementar la eficiencia de los funcionarios de la Asociación, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.

Al concluir este proyecto el beneficio obtenido será mutuo: para los colaboradores de la Asociación CONPAPA “AGROPAPA”, se aclararán las dudas existentes con respecto

al proceso de exportación del producto, ayudará al desarrollo asociativo, generará más plazas de empleo en las diferentes áreas empresariales y sobre todo ayudará en el ingreso de divisas que es lo que requiere la economía del país, y para la estudiante que participa en la investigación ya que aplicará los conocimientos adquiridos en los años de estudio.

La investigación de este proyecto es factible realizar porque se cuenta con acceso directo a las fuentes de información, y posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de búsqueda, la disponibilidad de recursos humanos, materiales, tecnológicos y los conocimientos adquiridos en los años de estudio.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

Elaborar un Manual logístico de exportación de snacks de papas (Puca Shungo, y Yana Shungo) desde la Asociación de Productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” de la Ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Madrid – España, periodo 2015-2020.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Analizar la Bibliografía de comercialización de snacks a nivel internacional.
- Estudiar las exportaciones e importación de snacks en el mercado Español
- Determinar los requisitos necesarios para el proceso logístico de exportación de snacks hacia España

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

“MANUAL DE EXPORTACIÓN DE LOS TEJIDOS DE LA ASOCIACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL DE ARTESANÍAS TEXSAL – SALINAS, DE LA PROVINCIA DE BOLÍVAR – ECUADOR, HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA”.

AUTOR

MÓNICA DEL CARMEN SALAZAR BASTIDAS

INSTITUCION

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

El manual de exportación para los productos textiles ayuda a la Asociación Texsal a guiar en el proceso logístico que conlleva el mismo, desarrollando de una manera rápida y oportuna ya que tiene problemas en el proceso de exportación haciendo que sea de una manera más sencilla, logrando minimizar tiempo y optimizar recursos, con la finalidad de que la asociación siga creciendo aprovechando el apoyo que le brindan las socias de la institución para cumplir con los pedidos oportunamente y brindar un producto de calidad en sus manufacturas logrando así el reconocimiento internacional.

Análisis

Este trabajo es un manual para la exportación de textiles la misma que servirá para mi tema ya que tomare en cuenta la optimización de recursos y el ahorro del tiempo para realizar la actividad de comercialización de snacks, ya que hoy en día es importante agilizar todos los trámites para el cumplimiento de la mercadería en el punto de destino.

Además la autora del manual resalta el reconocimiento mundial de las manufacturas por lo tanto se podría decir que no solo en eso productos existe demanda sino también en los productos agrícolas con valor agregado en este caso los snacks de papa nativa cultivada de manera orgánica de preferencia en los países Europeos.

TITULO:

“MANUAL DE EXPORTACIÓN DE MANÍ (ARACHIS HYPOGAEA) CON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA DE LA FUNDACIÓN CHANKUAP HACIA ESTADOS UNIDOS”.

AUTOR

GABRIELA FERNANDA BARAHONA CÓRDOVA

INSTITUCIÓN

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

En un mercado globalizado competir se vuelve algo normal, por ende las empresas deben estar bien preparadas para los retos los mercados internacionales. Por esta razón la investigación propuesta es de vital importancia para la Fundación Chankuap ya que se aportara a llenar esos vacíos que existen en un proceso de exportación hacia el mercado Estado Unidense. Con el desarrollo de proceso de exportación tendremos la oportunidad de realizar las actividades de forma efectiva, oportunas y sin contratiempos.

Las exportaciones para el Ecuador han representado un eje importante en su economía principalmente al fomentar las exportaciones de productos no tradicionales como en el caso del maní. La implementación del manual de exportación va a incentivar a los productores y exportadores a invertir en la exportación del maní orgánico ingresando gradualmente con las exigencias de volumen y calidad del mercado de Estados Unidos como país meta a través de importadores identificado como el canal de distribución elegido.

Análisis

Este manual logístico de exportación es una guía para realizar la exportación paso a paso, aportando conocimientos de como se lo debe realizar, de este trabajo se tomara en cuenta los pasos establecidos para desarrollar mi tema de investigación, tomando en cuenta que de este trabajo se beneficiara la empresa.

2.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.2.1 Fundamentación Teórica

2.2.1.1 Manual

Un diccionario define la palabra “Manual” como un libro que contiene lo más sustancial de un tema, y en este sentido, los Manuales son vitales para incrementar y aprovechar el cúmulo de conocimientos y experiencias de personas y organizaciones.

Dentro del Ámbito de los negocios, cada vez se descubre más la necesidad e importancia de tener y usar Manuales, sobre todo, Manuales de Políticas y Procedimientos que le permitan a una organización formalizar sus sistemas de trabajo, y multiplicar la tecnología que le permita consolidar su liderazgo y su posición competitiva.

Los manuales son una de las mejores herramientas administrativas porque le permiten a cualquier organización normalizar su operación. La normalización es la plataforma sobre la que se sustenta el crecimiento y el desarrollo de una organización dándoles estabilidad y solidez. (Torres, 2006, págs. 23-24)

De acuerdo con la definición el manual es un documento que contiene la descripción de actividades explícitas y ordenadas sobre los objetivos, organización, atribuciones y políticas que sirve como guía e instructivo para desarrollar un proceso de acuerdo se consideren necesarias para la ejecución del trabajo a realizar. Además es una actividad encaminada a dar una solución inteligente a una idea de negocio, mediante la utilización de todos recursos los humanos y materiales necesarios para el desarrollo económico y social.

2.2.1.1.1 Tipos de Manuales

Pueden distinguirse los manuales de:

- **Organización:** Este tipo de manual resume el manejo de una empresa en forma general. Indican la estructura, las funciones y los roles que cumplen en cada área.
- **Departamental:** Dichos manuales, en cierta forma, legislan el modo en que deben ser llevadas a cabo las actividades realizadas por el personal. Las normas están

dirigidas al personal en forma diferencial según el departamento al que se pertenece y el rol que cumple.

- **Política:** Sin ser formalmente reglas en este manual se determinan y regulan la actuación y dirección de una empresa en particular.
 - **Procedimiento:** Este manual determina cada uno de los pasos que deben realizarse para emprender alguna actividad de manera correcta.
 - **Técnicas:** Estos manuales explican minuciosamente como deben realizarse tareas particulares, tal como lo indica su nombre, da cuenta de las técnicas.
 - **Bienvenida:** Su función es introducir brevemente la historia de la empresa, desde su origen, hasta la actualidad. Incluyen sus objetivos y la visión particular de la empresa. Es costumbre adjuntar en estos manuales un duplicado del reglamento interno para poder acceder a los derechos y obligaciones en el ámbito laboral.
 - **Puesto:** Determinan específicamente cuales son las características y responsabilidades a las que acceden en un puesto preciso.
 - **Múltiple:** Estos manuales están diseñados para exponer distintas cuestiones, como por ejemplo normas de la empresa, más bien generales o explicar la organización de la empresa, siempre expresándose en forma clara.
 - **Sistema:** Debe ser producido en el momento que se va desarrollando el sistema. Está conformado por otro grupo de manuales.
 - **Calidad:** Es entendido como una clase de manual que presenta las políticas de la empresa en cuanto a la calidad del sistema. Puede estar ligado a las actividades en forma sectorial o total de la organización.
 - **Finanzas:** Tiene como finalidad verificar la administración de todos los bienes que pertenecen a la empresa. Esta responsabilidad está a cargo del tesoro y el controlador.
- (S/a, 2015)

2.2.1.2 Logística

Logística es el proceso de planear, implementar y controlar efectiva y eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicio e información relacionada del punto de origen al punto de consumo con el pronóstico de cumplir los requisitos del cliente.

Los elementos que conforman la logística son:

- **La gestión de materiales:** Es la administración del suministro y recepción de materias primas, productos semielaborados para un uso posterior.
- **El sistema de flujo de materiales:** consiste en la habilidad de planificar la fabricación de productos terminados, para que estén disponibles con el fin de atender las solicitudes de los clientes.

2.2.1.2.1 Funciones de la Logística

Las funciones de la logística se basan principalmente en la administración de los flujos físicos (materias primas, productos, acabados, etc.), teniendo en cuenta los recursos (humanos, consumibles, etc., etc.) los bienes necesarios (almacenes, bodegas, herramientas, sistemas informáticos, camiones, etc.) y los servicios (transportes o almacén subcontratados).

2.2.1.2.2 Importancia

La importancia de la logística radica en la necesidad de mejorar el servicio a un cliente, optimizando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible. Algunas de las actividades que pueden derivarse de la gerencia logística de una empresa son las siguientes:

- a) Aumento en las líneas de producción.
- b) La eficiencia en producción alcanzar niveles altos.
- c) La cadena de distribución debe mantener cada vez menos inventarios.
- d) Desarrollo de sistemas de información.

2.2.1.2.3 Logística Comercial Internacional

Es el estudio que determina y gestiona los flujos de materiales, la producción y la distribución con los flujos de información, con el fin de adecuar la oferta de la empresa a la demanda del mercado en condiciones óptimas de calidad.

La preferencia de los consumidores hoy en día es que el producto sea vendido: En el lugar adecuado, en el momento oportuno, y que su precio refleje el que el consumidor esté dispuesto a pagar o el que él le asigne.

Aquí es cuando entra la administración de la logística y su gestión a todo nivel, es decir, la forma como el gerente del área deberá tener respuestas para el cliente, pues durante el proceso negociador tanto el exportador como el importador buscan obtener algo de la suma logística más el DIF (costo de la cadena). (Ramírez, 2015, págs. 2-3-4:14-15)

2.2.1.2.4 Elementos de la Logística

Tipos de carga

Carga es el bien mueble dispuesto para su traslado de un lugar a otro y sujeto a operaciones para lograr este fin sin alterar sus principales características. Existe una gran diversidad de productos susceptibles a ser transportados y comercializados. Para garantizar un manejo adecuado, la carga debe de clasificarse por su tipo en general y a granel. (Córdor, 2013)

- **Carga General:** Es aquella que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso, y que estando embalada o sin embalar, puede ser tratada como unidad. Los productos que se clasifican como carga general deben cumplir ciertos requisitos: no representar un riesgo para la salud, no atentar contra la seguridad de quienes la manejan y del medio ambiente, así como no contar con un tiempo definido de vida.

La carga se transporta en embalajes cuya forma, peso y dimensiones, se ajustan a las características propias de ésta. Algunas mercancías de este tipo son: computadoras, zapatos, artículos de piel, ropa, telas, manufacturas en general, etc. De igual forma, la carga general puede sub clasificar en:

- **Carga general fraccionada:** Consiste en viene sueltos o individuales como: paquetes, sacos y cajas, entre otros.
- **Carga general unitaria:** Está compuesta de artículos individuales agrupados en unidades como pallets o contenedores. (Córdor, 2013)
- **Carga a Granel (sólida, líquida, gaseosa):** Es el conjunto de productos que son transportados a grandes cantidades, cuyo único recipiente es el vehículo de transporte. Esta carga es usualmente depositada o vertida con una pala, balde o cangilón en ferrocarriles, camiones o buques.
- **Granel sólido:** En esta clasificación se incluyen los granos, el carbón, el mineral de hierro, la madera, el cemento, la bauxita, la sal, etc.

- **Granel líquido:** Es la carga que se encuentra en estado líquido o gaseoso, dicha condición hace que su transportación sea, por ejemplo, en vehículos tanque de por lo menos 1000 galones. Entre los productos considerados como granel líquido se encuentran: Petróleo, gas natural licuado, gasolina, quinismos y alimentos líquidos (aceite vegetal, aceite de cocina, etc.), entre otros. (Cóndor, 2013)

2.2.1.2.5 Medios de transporte

Existen cuatro vías de transporte: marítima, aérea, por ferrocarril y por carretera. En caso de pequeños envíos se suele utilizar el correo internacional o los servicios urgentes de paquetería y mensajería.

Para seleccionar el medio de transporte más adecuado se han de considerar los siguientes aspectos: el tipo de producto, su peso, las dimensiones, el punto de origen y destino, y el plazo de entrega.

Así por ejemplo, si el peso y el volumen son reducidos puede interesar enviar la mercancía por transporte aéreo, ya que el transporte marítimo y terrestre tiene unos precios mínimos por envío. (González, 2013)

- **Transporte Marítimo:** Es el medio de transporte más utilizado en el comercio internacional debido a su menor coste y mayor capacidad de carga. Este tipo de transporte tiene dos grandes especializaciones: el transporte de “carga fraccionada”, que normalmente lo realizan los buques de línea regular, y el de “carga masiva”, que se realiza entre dos puntos de poco tráfico marítimo, generalmente en los llamados “buques tramp”.

En cualquier caso, el flete se fija en función del peso o el volumen de la mercancía, el que resulte superior. Así, por ejemplo, una mercancía voluminosa y ligera pagará por volumen. Una vez hecha la reserva, la empresa transportista envía una nota de embarque en la que se indica quién se ocupará de recoger la mercancía una vez que ésta llegue al puerto de destino, quién pagará los costes de carga y si la mercancía debe depositarse en los almacenes del puerto de destino. (González, 2013)

- **Transporte Aéreo:** El transporte aéreo tiene la gran ventaja de la rapidez. Es una vía muy utilizada para llegar a mercados poco accesibles y para el transporte de productos perecederos o de gran valor en relación a su peso. Es el más caro de los medios en relación al peso y se utiliza frecuentemente para el transporte de muestras.

Por su rapidez, en relación a otros medios, presenta varias ventajas: ahorro de costes financieros de capital inmovilizado; reducción del coste de embalaje y de seguro, u menor riesgo de demoras y robos. Además, su utilización es relativamente sencilla y la logística es menos compleja que la del transporte marítimo. Se entrega la mercancía en la terminal de carga de la línea aérea con la que se ha reservado el espacio y ésta se encarga del transporte principal. Muchas líneas aéreas tienen su propio servicio de recogida de mercancías hasta la terminal. (González, 2013)

- **Transporte por carretera:** El transporte internacional por carretera es poco complejo y muy accesible para cualquier exportador. Permite llevar prácticamente cualquier tipo de producto de “puerta a puerta”, de una forma relativamente rápida y económica.

La especialización general del transporte por carretera es de cargas completas o de cargas agrupadas (grupajes). En las cargas completas se contrata un vehículo para un determinado recorrido. Las cargas agrupadas implican a varios cargadores que comparten un mismo vehículo. (González, 2013)

- **Transporte ferroviario:** El transporte internacional ferroviario es adecuado para el envío de vagones completos a largas distancias.

- **Transporte Multimodal:** El transporte lo realiza un solo operador, que emite un documento único, aunque empleando dos o más medios de transporte.

Entre los aspectos técnicos del transporte multimodal están el concepto de “ruptura de carga” que es la descomposición, total o parcial, de la carga en sus elementos para proceder a su almacenaje o a su transporte a los receptores de la mercancía. (Gonzales, 2013)

2.2.1.3 Exportación

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente. (Senae S. N., 2012)

En conclusión se puede decir que es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

2.2.1.3.1 Función

La exportación radica en la división internacional del trabajo. Por otro lado los países no producen todos los bienes que necesitan, por lo cual se ve en la necesidad de fabricar aquellos que cuentan con una ventaja productiva y que les servirá para obtener los productos y servicios que son más difíciles o más costosos de producir.

La empresa exportadora diversifica riesgos, es decir que experimenta las variaciones de las preferencias de los consumidores, como también los productos que lanza la competencia en el mercado objetivo. Por eso la exportación pretende asegurar el crecimiento continuo de la empresa que vende sus productos a terceros países.

Un país puede tener la necesidad de exportar con el objetivo de incrementar el desequilibrio que se produce en la balanza comercial con el exterior para de esa manera obtener ingresos que le permitan financiar el proceso productivo y económico de la nación. A su vez las empresas buscan exportar para obtener beneficios adicionales y tener la posibilidad de ingresar en nuevos mercados ganando con ello una gran ventaja competitiva con respecto a las otras empresas. (Ventura, 2015)

2.2.1.3.2 Razones para Exportar

- Necesidad de integrarse al mercado mundial por la globalización de la economía.
- Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional.
- Posibilidades de competir en el mercado internacional por calidad y precio. Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenida en el mercado.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas nacionales y extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia, lograr mayores volúmenes y diversificar productos.
- Distribuir el riesgo de estar en un solo mercado, (porque el mercado es el mundo).
- Asegurar la supervivencia de la empresa a largo plazo.
- Aprovechar oportunidades de mercado ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Aprovechar ventajas comparativas.
- Utilizar la capacidad productiva de la empresa

2.2.1.3.3 Formas de Exportar

Las formas de exportar son las siguientes:

- ✓ **Exportación Directa:** La exportación directa se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan son:
Contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, el empresario considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación.
- ✓ **Exportación Indirecta:** La exportación indirecta es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales. Es decir que es el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario también conocido como brokers lo que en si constituyen una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detección de negocios. (bancomext, 2015)

2.2.1.3.4 Clasificación de productos

Dentro de este proceso podemos encontrar con productos tradicionales y no tradicionales:

- **Los tradicionales:** se refiere a los productos de origen natural, los cuales se constituyen por materias primas utilizadas en la producción de manufacturas. Estos productos tienen escaso valor agregado y resultar ser de fácil sustitución en los países industrializados. Sus precios de venta por lo general son fijados por mercados internacionales.
- **Los no tradicionales:** corresponden a los productos que no están incluidos en la lista de productos de exportación tradicional. Son productos manufacturados los cuales han sido obtenidos luego de un proceso de transformación e incorporación de valor agregado.

Su comercialización está regulada por la oferta y la demanda del mercado en donde los precios de venta son determinados en el proceso de negociación. (Ventura, 2015)

2.2.1.3.5 Incoterms

Los incoterms (International Commercial Terms) son una serie de términos utilizados frecuentemente en los contratos de compraventa internacional, cuyo objetivo es establecer una serie de normas para la interpretación de los términos comerciales utilizados en las transacciones internacionales en relación a la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre compradores y vendedores. Sin embargo, no regulan la forma de pago por parte del comprador.

- ✓ **Grupo E (EXW):** Esta primera categoría está formada por un único término, en el que la principal responsabilidad del vendedor es dejar la mercancía a disposición del comprador en la fecha indicada y convenientemente embalada.
- ✓ **Grupo F (FCA, FAS Y FOB):** En esta segunda categoría se agrupan aquellos términos en los que el vendedor pone la mercancía a disposición del transportista que realiza el transporte principal. Las formalidades aduaneras de exportación son llevadas a cabo por el vendedor.
- ✓ **Grupo C (CFR, CIF, CPT, CIP):** Dentro de esta categoría se agrupan todos aquellos términos en los que el vendedor se hace cargo del pago del transporte principal, mientras que el riesgo y la propiedad de la mercancía se transmiten en el momento de cargar la misma en el transporte principal. A los bancos les gusta utilizar este tipo de términos con créditos documentarios y pedir que la mercancía se consigne a ellos en los conocimientos de embarque para obtener garantías en la operación.
- ✓ **Grupo D (DAT, DAP, DDP):** En esta última categoría se agrupan todos aquellos términos en los que el vendedor debe soportar todos los costes y riesgos provenientes del transporte de la mercancía hasta el país de destino. (González, 2013)

Tabla 1: Incoterms

Ex Works (EXW)	En fábrica (lugar convenido)	El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.
Free Alongside Ship (FAS)	Franco al costado del buque (puerto)	El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El incoterm FAS es propio de mercancías de carga a

	de carga convenido)	granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle.
Free On Board (FOB)	Franco a bordo (puerto de carga convenido)	El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.
Free Carrier (FCA)	Franco transportista (lugar convenido)	El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitario, una estación ferroviaria... (Este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.
Cost and Freight (CFR)	Coste y flete (puerto de destino convenido)	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores; tampoco es apropiado para los gráneles.
Cost, Insurance and Freight (CIF)	Coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.
Carriage Paid To (CPT)	Transporte pagado hasta (lugar de destino convenido)	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino.

Carriage and Insurance Paid (To) (CIP)	Transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido)	El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino.
Delivered At Terminal (DAT)	Entregado en terminal (puerto de destino convenido)	El incoterm DAT se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAP y reemplaza el incoterm DEQ. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía es descargada en la terminal convenida. También asume los riesgos hasta ese momento.
Delivered At Place (DAP)	Entregado en un punto (lugar de destino convenido)	El Incoterm DAP se utiliza para todos los tipos de transporte. Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAT. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado.
Delivered Duty Paid (DDP)	Entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)	El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Autora: Katherine Aldás

2.2.1.4 PAPAS

2.2.1.4.1 Características Generales de la Papa

Origen

La mayor diversidad genética de papa (*Solanum Tuberosum* L.) cultivada y silvestre se encuentre en las tierras altas de los Andes de América del sur. Las evidencias arqueológicas indican que la papa pudo haberse domesticado dentro del área comprendida entre los logros Titicaca y Poopó, en la región norte de Bolivia; que se originó de especies silvestres diploide *Solanum Leptophyes* hace unos 10000 a 7000 años, y que la primera especie en ser domesticada fue *Solanum Stenotomum*.

La papa fue introducida a España- islas Canarias en 1550, siendo cultivada como curiosidad botánica, y posteriormente en Irlanda como especie comestible (1597). Llegó a China, India y Japón a principios del siglo XVII. En el siglo XVII fue introducida a Norteamérica. Hoy se cultiva en más de 100 países del mundo, y es, junto al trigo, maíz y arroz, del grupo de los cuatro cultivos básicos en la alimentación humana mundial. (Monteros C, 2006)

Papas Nativas

Las papas nativas (*Solanum tuberosum* L) son el resultado de un proceso de domesticación, selección y conservación ancestral, herencia de los antiguos habitantes de nuestros Andes. Estas papas son altamente valoradas por científicos y agricultores indígenas, tanto por sus propiedades organolépticas (sabor, color, textura, forma), como por sus propiedades agrícolas, así como por la identidad cultural.

Las papas nativas ecuatorianas presentan diversidad de formas, colores y tamaños. Existen papas de formas aplanadas, redondas, comprimidas, alargadas, con ojos profundos; de colores de piel amarilla, roja, rosada o morada, que en algunos casos se combinan en diseños vistosos y originales.

A diferencia de las papas mejoradas, las variedades nativas tienen un mayor contenido de sólidos por lo que son más nutritivas y dan un sabor especial a los preparados. El

elevado contenido de carotenoides, flavonoides y antocianinas (sustancias antioxidantes naturales) hacen de estas variedades un producto único en el mundo. (INIAP, 2005)

2.2.1.4.2 Variedades

En el Ecuador se cultivan aproximadamente 400 variedades, pero, sólo alrededor de 20 de ellas tienen presencia comercial en los mercados, sobre todo en las provincias de la sierra central del país:

Yema de Huevo Bolona, Uvilla, Leona Negra, Leona Blanca, Pera, Coneja Negra, Coneja Blanca, Cacho, Puña, Pata de Perro, Mora, Chaucha Holandesa (Santa Rosa), Chaucha Negra, Calvache, Alpargata, y Carrizo. (INIAP, 2005)

2.2.1.4.3 Valor nutritivo de las papas nativas

Tabla 2: Aporte de Nutrientes de las papas nativas

Nutrientes	Papas Nativas		Función
	Máx.	Mín.	
Proteína (g)	10,6	5,6	Componente de los músculos, sangre y piel.
Fibra (g)	6,1	1,9	Previene el cáncer de colon, estreñimiento
Almidón (g)	87,5	79,1	Fuente de energía
Potasio(mg)	2163	1516,7	Previene Cálculos
hierro(mg)	16,7	2,3	Previene anemia
Zinc(mg)	5	0,8	Buen funcionamiento del cerebro y sistema nerviosos
Polifenoles (mg ácido gálico)	646	144	Antioxidante natural previene enfermedades degenerativas
Carotenos(Ug B carotenos)	11,2	4,4	Precursor de la vitamina A, previene la ceguera

Fuente: INIAP

Autor: Katherine Aldás

2.2.1.4.4 Papas Nativas en el Ecuador

En el Ecuador se estima que existen 350 variedades de papas nativas, sin embargo, apenas 14 tienen presencia marginal en las provincias centrales de la Sierra y el resto está en proceso de extinción. Uno de los retos del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), es rescatar y revalorizar estos cultivos.

Con estos antecedentes, el Programa Nacional de Raíces y Tubérculos Rubro - Papa del INIAP, entregó, dos nuevas variedades, la INIAP - Puca Shungo (corazón rojo) y la INIAP - Yana Shungo (corazón negro), que poseen características especiales como alto valor nutritivo, calidad culinaria, formas y colores llamativos.

Estas variedades son cultivadas en torno a los 2.900 y 3.300 metros de altura sobre el nivel del mar. Al consumir estas papas se contribuye a mejorar la calidad de vida de los agricultores más pobres del país y a conservar la biodiversidad para beneficio de todos.

Este producto tiene la particularidad de presentar hojuelas rojas y azules, esto se debe a los pigmentos naturales que tienen estas variedades. Además están las papas nativas andinas de colores para consumo en fresco. (Telégrafo, 2012)

2.2.1.5 Snacks

2.2.1.5.1 Producción y variedades en el Ecuador

Los snacks ecuatorianos están elaborados principalmente por plátano verde, plátano maduro, yuca, malanga, **papas nativas andinas**, camote, remolacha, entre otros. También son muy apetecidas por los consumidores las mezclas de estos productos. Ecuador se caracteriza por tener frutas y vegetales de gran calidad que, por su ubicación geográfica, se dan todo el año. (Proecuador, 2014)

2.2.1.5.2 El Mercado Internacional de Snacks

Según el negocio de los snacks ha crecido en los últimos años, cada vez es más común consumir pequeñas colación entre comidas. Se estima que es una industria que redondea los 378 mil millones de dólares al año. Sin embargo los hábitos de los snacks son diferentes en cada país.

Mucho de los snacks se consideran comida chatarra. Es importante conocer las tendencias particulares de cada país, detectar oportunidades, fomentar el consumo de alimentos sanos y crear hábitos más saludables.

El comportamiento en Europa es totalmente diferente. Los snacks más consumidos son los caramelos, alrededor de 30%. Los productos refrigerados se encuentran en el segundo lugar representando un 21% en el total de las ventas. En tercer lugar se encuentran los productos salados las galletas y los pasteles.

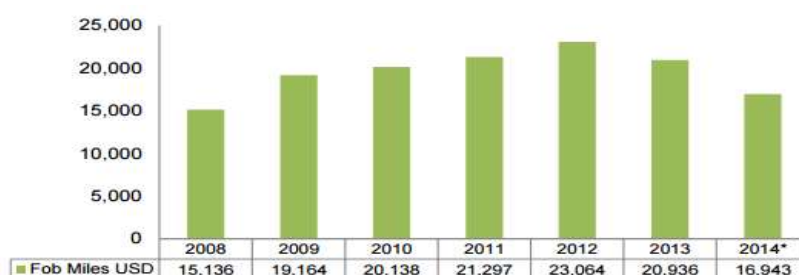
Los asiáticos prefieren los snacks refrigerados, seguido de las galletas y pastelitos, dulces y productos salados. En Oriente Medio y África, las personas tienen una preferencia muy similar entre caramelos y productos salados, siendo los productos más consumidos estas regiones.

El mercado de los snacks en América Latina representa un negocio de 30 mil millones de dólares. Y es un mercado que ya está en la mira de las grandes empresas fabricantes de este tipo de comida, ya que es la región geográfica con mayor crecimiento anual, 9 % (Cannela, 2014).

2.2.1.5.3 Exportación de snacks

Durante el periodo 2008-2013 las exportaciones de los snacks analizados han presentado un crecimiento promedio anual en valor FOB de 6.7%, siendo el año 2012 donde el monto exportado superó los USD \$23.1 millones. En el primer semestre del año 2014 se observa que las exportaciones en valor FOB de estos productos de USD \$16.9 millones, esperando superar lo registrado en 2013. (Proecuador, 2014)

Gráfico 1: Exportaciones Ecuatorianas de snacks al mundo



Fuente: Banco central del Ecuador

Autor: Bce.

2.2.1.5.4 Destino de las exportaciones Ecuatorianas del sector

Durante el periodo 2008-2013 los principales destinos de exportación de estos productos fueron Estados Unidos, Holanda, Rusia y España, con una participación de 38.3%, 11.2%, 7.1% y 6.4%, respectivamente. Otros mercados que se destacan como receptores del producto ecuatoriano son Canadá, Puerto Rico y Alemania, entre otros. (Proecuador, 2014)

2.2.1.5.5 Las Ventas de Snacks a Nivel Global

Los consumidores globales gastaron \$347 mil millones de dólares en snacks al año entre 2013 y 2014, un incremento de 2% año contra año. Mientras Europa (USD\$167 mil millones) y Norteamérica (USD \$124 mil millones) suman la mayor cantidad de ventas de snacks en todo el mundo, las ventas anuales están creciendo más rápido en las grandes regiones en desarrollo. Asia Pacífico (USD \$46 mil millones) y Latinoamérica (USD \$30 mil millones) incrementaron 4% y 9% respectivamente, mientras las ventas en Medio Oriente/África (\$7 mil millones) aumentaron 5%.

El panorama competitivo en la industria de snacks es muy fuerte. “La demanda se basa primordialmente en sabor y salud, los consumidores no están dispuestos a renunciar a ninguno de estos atributos. El balance correcto lo decide el consumidor en el punto de venta. (Nielsen, 2014)

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1 Constitución de la república del ecuador

Sección séptima: Política comercial

Art. 306 El estado promoverá las exportaciones ambientales responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (Asamblea Constituyente, 2008)

2.3.2 Plan nacional del buen vivir

Objetivo 10:

Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva

Política:

10.6. Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva.

Lineamientos Estratégicos:

- a) Profundizar la sustitución selectiva de importaciones, en función de las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven mercados locales y aseguren una escala mínima de producción para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias conexas y la generación de industrias básicas.
- b) Impulsar la oferta productiva de los sectores prioritarios, incluido el cultural, para potenciar sus encadenamientos productivos, diversificar los mercados de destino, fortalecer el comercio electrónico, los servicios postales, la integración regional.
- c) Incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios, con la incorporación de nuevos actores, especialmente de las pymes y de la EPS.
- d) Establecer medidas comerciales relativas a importaciones y barreras no arancelarias, necesarias para promover el desarrollo industrial y que garanticen la sostenibilidad del sector externo.
- e) Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la transformación productiva mediante la acumulación de capital dentro del territorio nacional y fortalecimiento del trabajo de ecuatorianos y ecuatorianas en los sectores primario, industrial y manufacturero, y de servicios.
- f) Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la desagregación y transferencia tecnológica dentro del territorio nacional, así como el impulso a procesos soberanos de contratación pública.
- g) Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones, que eviten una competencia desleal entre proveedores ecuatorianos e internacionales, y promuevan una prestación justa y de calidad en los servicios. (SENPLADES, 2013-2017).

2.3.3 Código orgánico de la producción comercio e inversiones

TÍTULO IV: Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

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

- a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;
- b) Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;
- c) Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;
- d) Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;
- e) Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,
- f) Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes.

Art. 94.- Seguro.- El organismo financiero del sector público que determine la Función Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera. (Codigo Organico de la produccion comercio e inversiones, 2010)

Capítulo II: De la Obligación Tributaria Aduanera

Art. 107.- Obligación Tributaria Aduanera.- La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior.- Los tributos al comercio exterior son:

- a. Los derechos arancelarios;
- b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c. Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario. (Codigo Organico de la produccion comercio e inversiones, 2010)

2.4 MARCO CONCEPTUAL

Aforo .- Actividad que consiste en reconocer la mercancía, verificar su naturaleza y valor, establecer su peso, cuenta o medida, clasificarla en la nomenclatura arancelaria y determinar los gravámenes que le sea aplicable. (Proecuador, 2015)

Balanza comercial.- Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (Proecuador, 2015)

Carga.- Cargamento o conjunto de efectos o mercancías que para su transporte de un puerto a otro se embarcan y estiban en una nave. (Proecuador, 2015)

Certificado de Origen.- Documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden. (Proecuador, 2015)

Contrato de Transporte.- Acuerdo por medio del cual un “Porteador” o “Transportador” llámese Armador, Agente Naviero o Fletador se compromete con el dueño de la carga directamente o a través de un Embarcador (Freight Forwarder) o de un Agente de Aduana a transportar una carga desde un puerto de origen hasta un puerto de destino por el pago de una suma denominada flete. (Proecuador, 2015)

Embalaje.- Es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje. (Proecuador, 2015)

Etiquetado.- Tiene como función identificar al responsable del producto, que puede ser el fabricante, el distribuidor, el vendedor, o importador. En el etiquetado debe constar información tal como el nombre genérico del producto, datos del fabricante, distribuidor, vendedor, o importador, instrucciones de uso y la advertencia de riesgos previsibles. (Proecuador, 2015)

Exportación.- Bienes o servicios que se producen en el país, los cuales son vendidos y posteriormente enviados a clientes de otros países. (Proecuador, 2015)

Exportador.- Es la persona natural o jurídica que está dedicada a enviar productos nacionales o nacionalizados al exterior, legalmente, con el objeto que aquellos sean usados y consumidos en el extranjero. (Proecuador, 2015)

Inspección Previa a la exportación.- Inspección por compañías privadas especializadas de las partidas de productos (precio, cantidad, calidad, etc.) adquirida en el extranjero. (Proecuador, 2015)

Incoterm.- Un incoterm representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de trasportación desde la salida del producto hasta la recepción por el país importador. (Senae, 2015)

Organización Mundial de la salud (OMS).- Organización cuyo objetivo es desempeñar una función de liderazgo en los asuntos sanitarios mundiales, configurar la agenda de las investigaciones en salud, establecer normas, articular opciones de política basadas en la evidencia, prestar apoyo técnico a los países y vigilar las tendencias sanitarias mundiales. (Proecuador, 2015)

Partida Arancelaria.- Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos. (Proecuador, 2015)

Productor.- Persona que mediante su trabajo elabora un producto o realiza un servicio. (Proecuador, 2015)

Snacks.- Proviene del inglés y significa alimento ligero que se consume entre comidas. Los snacks son unos aperitivos, como patatas fritas, o algún tipo de alimento de paquete, frutos secos, bocaditos de algo, incluso canapés o las tapas, y no son considerados como una de las comidas principales del día. Tienen nombres diferentes según el país, por ejemplo, en España se les llama aperitivos, picoteo. (s/a, 2013)

2.5 IDEA A DEFENDER

La aplicación del manual logístico de exportación de Snacks de papas (Puca Shungo, y Yana Shungo) a Madrid – España beneficiara a la Asociación CONPAPA “AGROPAPA”

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se utilizara las siguientes modalidades de investigación:

3.2 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

En esta investigación se aplicará la investigación bibliográfica ya que nos permitirá tener los conocimientos sobre el objeto de estudio y se sustentará toda la información mediante libros, tesis de grado, folletos, internet, resultados de ferias internacionales, y otros documentos que posean información que faciliten al desarrollo del manual de exportación de Snacks.

3.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del presente proyecto se aplicarán los siguientes tipos de investigación:

3.3.1 Investigación Descriptiva

En este proyecto se realizara investigación descriptiva ya que nos permite describir la realidad partiendo de un diagnóstico e identificar a los posibles clientes y tipo de segmento de mercado que se desea captar de la misma manera nos ayudara a conocer la situación real en la que se desarrolla el problema de investigación.

3.4 Métodos, técnicas e instrumentos

3.4.1 Método Inductivo

Para desarrollar el manual se observaran los hechos particulares que se obtiene en proposiciones generales, en el cual se establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular del estudio, el cual nos permitirá analizar el presente y proyectarnos al futuro para llevar a cabo la investigación para exportar de snacks de papas.

3.4.2 Método Deductivo

El método deductivo dentro de la investigación, permite observar de lo general a lo particular, ayudando a comparar características de fenómenos, para realizar un diagnóstico que ayude a la toma de decisiones, logrando así conocer las necesidades colectivas del mercado español en el requerimiento de snacks de papas.

3.4.3 Método Analítico

Es este método de investigación que consiste en la descomposición de sus elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos de la investigación, este método permite conocer más acerca la situación de la Asociación de Productores de papa CONPAPA AGROPAPA para elaborar el manual de exportación de snack.

3.5 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1 Bibliografía

Se realizara consultas de todo tipo de información que se encuentre en internet, libros, revistas o en cualquier documento que nos permita acceder a la información que se requiera para la elaboración del manual de exportación de snack de papas.

3.6 POBLACIÓN O MUESTRA

3.6.1 Universo

El Universo será la Asociación de productores del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” la misma que se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua en la ciudad de Ambato en la Av. El cóndor frente al mercado mayorista.

3.6.2 Población

La población está conformada por todos los socios que conforman la Asociación de productores de papas.

3.6.3 Muestra

- Socios productores de papas
- Administrativos

3.7 Entrevista

Ing. Luis Montesdeoca

Gerente de la Asociación de productores del rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” de la provincia de Tungurahua

1) ¿Por qué está interesado en exportar su producto a España?

La empresa ya está posicionada en el mercado Ecuatoriano, por lo que es ahora cuando estoy dispuesto a incursionar en mercados extranjeros.

España porque realizamos un estudio de mercado para poder ingresar nuestro producto a ese país, conociendo que España es un país que consume productos 100% orgánicos y nos contactamos con una empresa Española ofreciéndoles nuestro producto el mismo que nos pidió que le realicemos un envío de Snacks de papa nativa.

2) ¿Ud. dispone de un departamento de comercio exterior?

Por el momento no, pero es uno de los objetivos que me he propuesto para este año conjuntamente con los socios, ya que tenemos la ayuda de diferentes instituciones como el INIAP, MAGAP, Etc.

3) ¿Conoce Ud. todo el procedimiento para exportar su producto?

Estoy consciente que no se mucho acerca del proceso de exportación pero como Gerente necesito tener conocimientos acerca de esto es por eso que debo recurrir a las personas profesionales en este tema.

4) ¿Cree Ud. que un manual de exportación de Snacks le ayudaría a la Asociación?

Por supuesto que serviría ya que sería un guía para poder saber qué pasos seguir para comenzar a exportar los Snacks de una manera correcta y eficiente.

5) ¿La Asociación cuenta con la capacidad tecnológica y los recursos necesarios realizar una exportación?

Si, la Asociación cuenta con la capacidad tecnología y con todo para llegar hacer esta exportación a España solo necesitamos saber cómo comenzar a hacer todos los trámites y empezar como exportares de Snacks.

6) ¿Cree usted que para realizar esta exportación necesita la ayuda de un manual de exportación?

Sí, estoy seguro que teniendo un manual en que guiarnos sería más fácil ya que en un manual podemos encontrar todos los pasos que conlleva el proceso de exportación.

3.8 Encuesta

Pregunta 1

¿Tiene conocimientos de cómo se realiza una exportación?

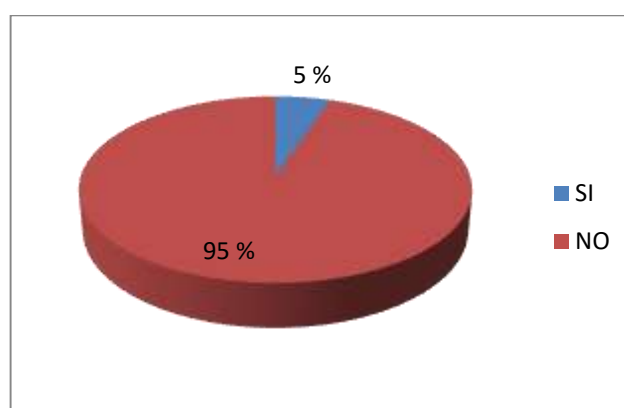
Tabla 3: ¿Tiene conocimientos de cómo se realiza una exportación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	5%
NO	36	95%
TOTAL	38	100%

Fuente: Tabla 3

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 2: ¿Tiene conocimientos de cómo se realiza una exportación?



Fuente: Encuesta

Autor: Katherine Aldás

Análisis

En respuesta a la primera pregunta el 95% de los socios encuestados respondieron que NO tienen ningún conocimiento en lo que es comercio exterior mientras que el 5% dijo que si los tenía.

Interpretación

La mayoría de socios de la empresa no tienen conocimientos en comercio exterior por lo que es un desconocimiento total de cómo se puede exportar los Snacks pero el 5% si sabe por lo que son las personas que están encargadas de la administración.

Pregunta 2

¿Usted como socio de la Empresa está de acuerdo que se exporte los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo).?

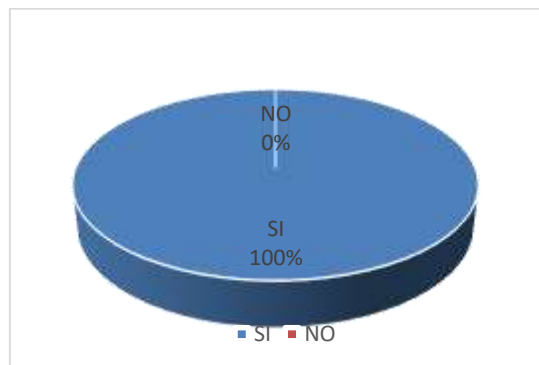
Tabla 4: ¿Usted como socio de la Empresa está de acuerdo que se exporte los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo)?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	100%
NO	0	0%
TOTAL	38	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 3: ¿Usted como socio de la Empresa está de acuerdo que se exporte los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo)?



Fuente: Tabla 4

Autor: Katherine Aldás

Análisis

El 100% de los socios están de acuerdo a que se exporte los Snacks de papa nativa.

Interpretación

Se puede decir que el 100% de los socios está de acuerdo a que se exporte el producto ya que están conscientes que generara utilidades tanto para la empresa como para cada socio.

Pregunta 3

¿Cree usted que los Snacks de papas nativas sean aceptados en mercados extranjeros?

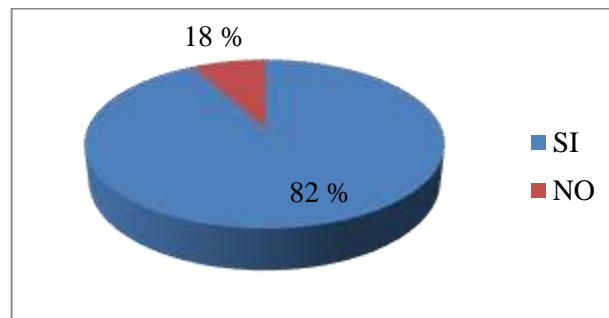
Tabla 5: ¿Cree usted que los Snacks de papas nativas sean aceptados en mercados extranjeros?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	31	82%
NO	7	18%
TOTAL	38	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 4 : ¿Cree usted que los Snacks de papas nativas sean aceptados en mercados extranjeros?



Fuente: Tabla 5

Autor: Katherine Aldás

Análisis

El 82 % de los socios encuestados respondieron que si serán aceptados los Snacks en países extranjeros mientras que el 18% dijeron no lo serán por diferentes motivos.

Interpretación

En la evaluación a las preguntas los socios están seguros que los Snacks serán aceptados en países extranjeros ya que es un producto bueno y nutritivo mientras que hay un 18% de socios que dicen que no será aceptado por que las personas de otros países tienen otros gustos en comidas.

Pregunta 4

¿Qué características poseen los Snacks de papas nativas a diferencia de otros productos similares?

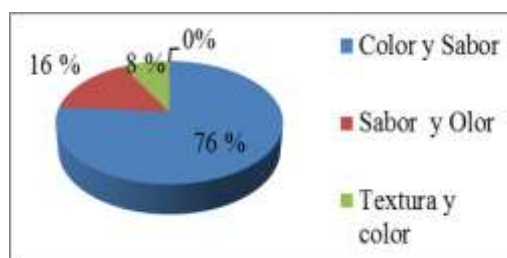
Tabla 6: ¿Qué características poseen los Snacks de papas nativas a diferencia de otros productos similares?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Color y Sabor	29	76%
Sabor y Olor	6	16%
Textura y color	3	8%
Olor y Textura	0	0%
Otros	0	0%
Total	38	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 5: ¿Qué características poseen los Snacks de papas nativas a diferencia de otros productos similares?



Fuente: Tabla 6

Autor: Katherine Aldás

Análisis

En contestación a las características de los Snacks se puede decir que el 76% de los socios dice que el color y el sabor, el 16% que el sabor y el olor, el 8% la textura y color, mientras que el 0% en olor y textura y otros.

Interpretación

Se puede decir que los socios saben y conocen los productos de competencia por lo que están conscientes que los Snacks de papas nativas son especiales por los colores y el sabor que brindan las misma, además los socios dicen que el olor y el sabor son los que cambian, como también su textura y color, en conclusión los Snacks que produce la Asociación son diferentes al resto.

Pregunta 5

¿Cree usted que la Asociación tiene la capacidad tecnológica para realizar exportaciones?

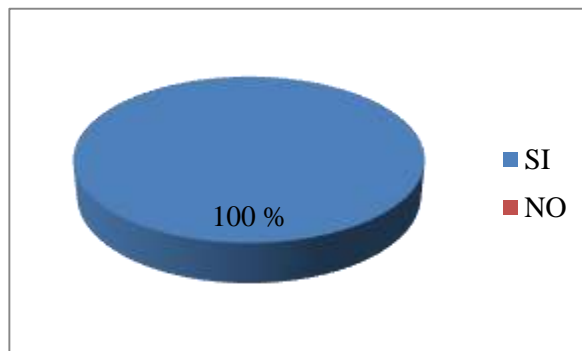
Tabla 7: ¿Cree usted que la Asociación tiene la capacidad tecnológica para realizar exportaciones?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	100%
NO	0	0%
TOTAL	38	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 6: ¿Cree usted que la Asociación tiene la capacidad tecnológica para realizar exportaciones?



Fuente: Tabla 7

Autor: Katherine Aldás

Análisis

En contestación a que si existe la capacidad tecnológica para poder exportar los Snacks el 100% de los socios dijeron que Sí.

Interpretación

Los socios están seguros que la capacidad tecnológica que posee la empresa les ayudará a exportar los Snacks a España y a otros países más.

Pregunta 6

¿Usted tiene conocimiento de que se trata un manual?

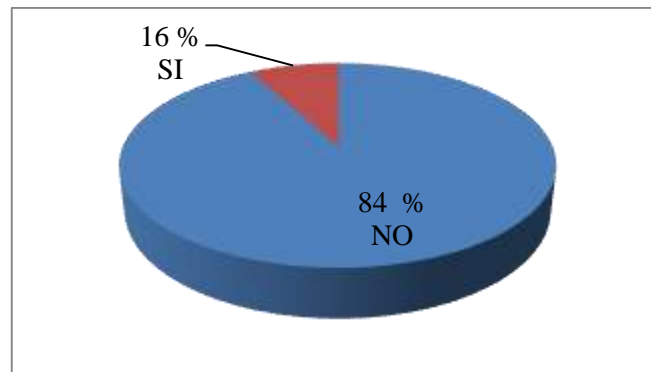
Tabla 8: ¿Usted tiene conocimiento de que se trata un manual?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	16%
NO	32	84%
TOTAL	38	100%

Fuente: Tabla 7

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 7: ¿Usted tiene conocimiento de que se trata un manual?



Fuente: Tabla 8

Autor: Katherine Aldás

Análisis

En respuesta al conocimiento de un manual el 84% de socios dijeron que No tenía mientras que el 16% Si saben al respecto.

Interpretación

La mayoría de socios no tienen conocimiento de que es un manual y que conlleva el mismo por lo que sí existe el desconocimiento pero se puede decir que pocos socios están al tanto y pueden ayudar a los socios a saber de qué se trata esto.

Pregunta 7

¿Considera usted que la Asociación necesita la ayuda de un manual para exportar?

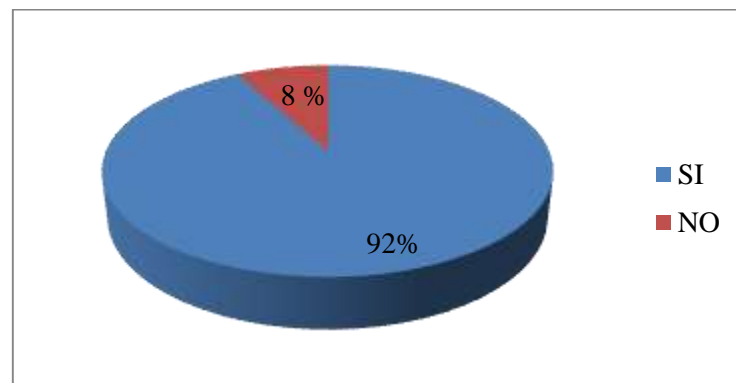
Tabla 9: ¿Considera usted que la Asociación necesita la ayuda de un manual para exportar?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	92%
NO	3	8%
TOTAL	38	100%

Fuente: Encuesta

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 8: ¿Considera usted que la Asociación necesita la ayuda de un manual para exportar?



Fuente: Tabla 9

Autor: Katherine Aldás

Análisis

En respuesta a esta pregunta el 92% de socios están de acuerdo a que la Asociación Si necesita la ayuda de un manual para exportar mientras que el 8% dijo No.

Interpretación

Los socios están conscientes que necesitan la ayuda de un manual para exportar los Snacks ya que pueden guiar y saber qué pasos seguir mediante el mismo pero existe un 8% de personas que prefieren contratar los servicios de profesionales para exportar su producto.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

Manual logístico de exportación de Snacks de papas (Puca Shungo, y Yana Shungo) desde la Asociación de Productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” de la Ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua hacia la ciudad de Madrid – España”

4.2 OBJETIVOS

- Analizar el mercado de destino Madrid -España
- Diagnosticar la situación actual la Asociación de Productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA”
- Diseñar el manual logísticos de exportación
- Elaborar el estudio financiero del proyecto

4.3 FASES DE LA PROPUESTA

Gráfico 9: Fases de la propuesta



Autor: Katherine Aldás

Tabla 10: Principales Factores de España

Capital y la ciudad más poblada Madrid	
Idioma oficial	Español o Castellano
Superficie	Puesto 52.º
Total	504 645 km ²
Población Total	Puesto 29.º
Censo	46 439 864 hab. (2015)
Densidad	92,02 hab./km ²
Superficie	605,77 km ²
PIB (PPA)	Puesto 16.º
Total	1410,628 G2012 Int\$
Per cápita	30 557,473 2012 Int\$
Moneda	Euro4 (€, EUR)

Fuente: BNE

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.1.2 Tipo de territorio

Mayormente el territorio español es plano, rodeado de escarpadas colinas, montañas de los Pirineos en el norte.

4.3.1.1.3 Clima

Temperado, de veranos calurosos en la costa interior, más moderado y nublado a lo largo de la costa, los inviernos son nublados y fríos en el interior, y parte nublado y fresco a lo largo de la costa.

4.3.1.1.4 Uso de Horario

La hora estándar GMT+1, es decir 6 horas adelante en relación al Ecuador.

4.3.1.1.5 Idioma

Es el idioma español o castellano el idioma oficial en todo el país, sin embargo, coexisten algunas zonas de España otras lenguas que son: el catalán en Cataluña, los gallegos en Galicia, el euskera en País Vasco, el valenciano de la comunidad Valenciana la variedad del catalán propio de las Islas Baleares.

4.3.1.1.6 Logística en España

➤ Puertos

España cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas albergan a más de 53 puertos internacionales, los principales son: Algeciras, Barcelona, Valencia y Bilbao.

La mayor infraestructura portuaria está ubicada en el Mediterráneo, con tres grandes puertos especializados en el manejo de contenedores, Algeciras, Barcelona, Valencia, mientras que en el Norte del país se encuentra el puerto de Bilbao.

a) Puertos, nombres, ubicaciones, capacidad de almacenaje, áreas de influencia, calado y conexión con carreteras. (PROECUADOR, 2014)

• Puerto Bahía de Algeciras

El Puerto de Algeciras constituye una plataforma muy importante del Mediterráneo Occidental para el transbordo de contenedores. En 2011 sobrepasó los 70 millones de toneladas en tráfico total y más de 3.68 millones de contenedores. Totaliza más de 10 km de muelles en sus diferentes dársenas, que gestionan todo tipo de tráfico de pasajeros y mercancías.

La mayoría de los puertos españoles están equipados con plataformas sofisticadas que les permiten dar soporte en cuanto a capacidad de almacenamiento y el manejo de diferentes tipos de mercancía, por ejemplo: servicios como los modernos y avanzados equipamientos para la estiba y desestiba, las novedosas flotas de remolcadores y los equipos calificados para el amarre y desamarre integral de buques, son los más prestados en el puerto de Algeciras. (PROECUADOR, 2014)

- **Puerto de Barcelona**

El puerto conocido como solución de Europa en el Mediterráneo, dispone de dos bocanas, la bocana sur es la más antigua de las dos, aunque sucesivas prolongaciones de los espigones para la ampliación del puerto han ido trasladado su ubicación cada vez más al sur. Tiene 370 m de ancho, y un calado de más de 16 m.

La bocana norte ha sido abierta recientemente para permitir la salida de embarcaciones menores y de recreo sin mezclarlas con el tráfico de grandes barcos de mercancías o de pasajeros, y evitándoles tener que dar un rodeo para dirigirse al norte. Esta segunda y nueva bocana tiene 145 m de ancho y un calado de 11,5 m.

En el año 2013, movió 41,391.199 toneladas, 7,727 buques. (PROECUADOR, 2014)

- **Puerto de Valencia**

Valenciaport es el puerto comercial líder del Mediterráneo occidental en términos de volumen de mercancías contenedorizadas. Más de 60 millones de toneladas pasan por los puertos de Valencia, Sagunto y Gandía.

El puerto de Valencia es de los 3 puertos, el más importante es por la gran cantidad de volumen de exportación como importación que maneja, puede recibir casi cualquier tipo de carga.

En cuanto a tráfico de contenedores, Valenciaport es el primer puerto comercial de España y se encuentra entre los diez primeros puertos de Europa y los cincuenta puertos del mundo en el movimiento de contenedores. (PROECUADOR, 2014)

- **Puerto de Bilbao**

Es uno de los centros de transporte y logística más importantes del Arco Atlántico Europeo. Además de su privilegiada situación geográfica ofrece una serie de ventajas indudables: El puerto cuenta con instalaciones modernas y funcionales para todo tipo de mercancías, muelles con grandes calados de, magníficas conexiones terrestres, conexiones ferroviarias a su red (Madrid) y Villafría (Burgos). (PROECUADOR, 2014)

➤ **Aeropuertos**

España tiene más de 150 aeropuertos, de los cuales 33 son internacionales, los principales son: Alicante, Barcelona, Madrid-Barajas, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, y Zaragoza.

En la actualidad España invierte en la renovación de infraestructura y servicios de dos de sus más importantes aeropuertos.

Principales aeropuertos, tarifas, frecuencias, líneas y rutas (PROECUADOR, 2014)

• **El aeropuerto de Madrid – Barajas**

El aeropuerto está situado en el noreste de Madrid, en el distrito de Barajas, a 12 kilómetros del centro de la ciudad. Las terminales se localizan en el término municipal de Madrid; pero el campo de vuelos se extiende también por Alcobendas y, en menor medida, por San Sebastián de los Reyes y Paracuellos del Jarama.

Además de tener muy buenas conexiones con casi todos los aeropuertos españoles, es el aeropuerto europeo que más conexiones tiene con Hispanoamérica, gracias a que Iberia, la compañía líder entre Europa y América Latina, ha hecho de la T4 su hub. La ruta que une Madrid-Barajas con el Aeropuerto de Barcelona (el conocido como Puente Aéreo). (PROECUADOR, 2014)

• **El aeropuerto de Barcelona**

Es el segundo aeropuerto de España por su importancia luego del de Barajas en Madrid.

El Aeropuerto de Barcelona se encuentra situado al suroeste de la Ciudad Condal, nombre con el cual también se la conoce a la ciudad de Barcelona, uno de los puertos más importantes del Mediterráneo en tráfico de contenedores y líder del mercado de cruceros. Se encuentra, asimismo, cercano al Consorcio de la Zona Franca, uno de los parques industriales y logísticos más importantes de España. El Aeropuerto de Barcelona es una pieza fundamental para la economía de Catalunya y en concreto para los negocios y para la industria turística. (PROECUADOR, 2014)

➤ Carreteras

La red de carreteras española está formada por unos 683,175 kilómetros. Esta red comprende autopistas de peaje, autopistas libres, autovías, carreteras de doble calzada y carreteras convencionales. (PROECUADOR, 2014)

4.3.1.2 MADRID

Madrid es un municipio y una ciudad de España. La localidad, con categoría histórica de villa, es la capital del país y de la comunidad de Madrid. También conocida como Villa y Corte, es la ciudad más poblada del Estado. Madrid ocupa el puesto No 38 en la lista Economist Intelligence Unit de ciudades con mejor calidad de vida del mundo.

Tabla 11: Principales Factores de Madrid

Apodo	La Villa, La Capital del Reino, La Conventual, La Capital, Villa y Corte, Los madriles.
Lema:	Fui sobre agua edificada, mis muros de fuego son. Esta es mi insignia y blasón.
País:	España
Idioma:	Español, o Castellano
Población	3207247 hab. 3207247
Superficie	605,77 km ²
Densidad:	5225,14 hab./km ²

Fuente: BNE

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.2.1 Ubicación

La ciudad de Madrid se encuentra en la zona central de la península ibérica, a pocos kilómetros al norte del Cerro de los Ángeles, centro geográfico de ésta. Las coordenadas de la ciudad son 40°26'N 3°41'O y su altura media sobre el nivel del mar es de 667 m, siendo así una de las capitales más altas de Europa.

El contexto geográfico y climático de Madrid es el de la Sub-meseta Sur, dentro de la Meseta Central. La ciudad está situada a pocos kilómetros de la sierra de Guadarrama e hidrográficamente se encuentra emplazada en la cuenca del Tajo. (BNE, 2015)

4.3.1.2.2 Superficie

España, país miembro de la Unión Europea, cuenta con una superficie de 505.370 Km² comprendidos en gran parte de la península Ibérica. Los principales centros de desarrollo comercial e industrial son su capital Madrid y Barcelona la capital de la comunidad Catalana, ubicada en la costa oriental del mediterráneo español.

4.3.1.2.3 Economía

La economía de la ciudad de Madrid, con un Producto Interior Bruto de 103.500 en 2005, es la mayor entre las ciudades españolas y la cuarta entre las europeas. El PIB per cápita se situó en 35.372 USD en el año 2005.

El PIB ha venido creciendo en los últimos años a un ritmo superior que el resto de España. (BNE, 2015).

4.3.1.2.4 Cultura de negocios

Como ya hemos visto en los puntos anteriores la relación de la República del Ecuador con España en particular y con la Unión Europea en general es muy estrecha y llena de oportunidades para realizar negocios y establecer relaciones comerciales.

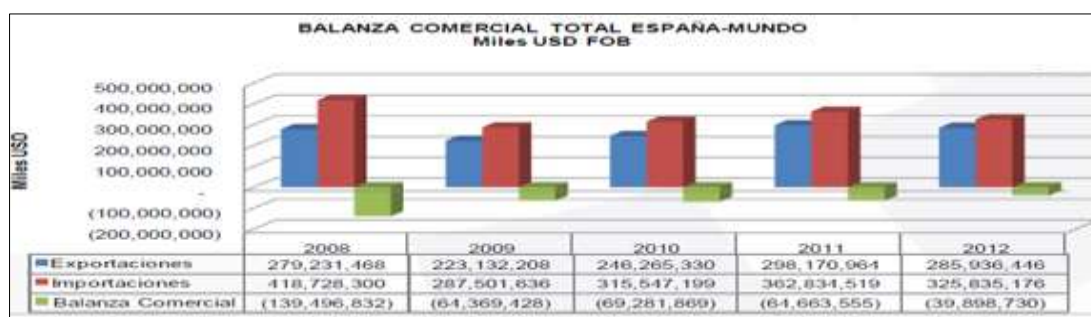
Cuatro fases son las que va a tener que seguir para tener éxito en sus negocios con España: información, formación, mentalización y actuación.

4.3.1.3 Comercio exterior de España

4.3.1.3.1 Balanza Comercial

España mantiene un déficit comercial en los últimos 5 años. En el periodo 2008-2012 las importaciones decrecieron a una tasa promedio anual del -6.08, por el contrario las exportaciones crecieron a un ritmo del 0.59%.

Gráfico 11: Balanza comercial



Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.3.2 Principales productos importados por España

Gráfico 12: Principales productos importados por España

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ESPAÑA								
Miles USD FOB								
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	Participación % 2012
2709.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERALES BITUMINOSOS.	41,099,037	22,831,394	30,132,773	40,778,935	46,232,290	2.99%	14.19%
2710.19	OTROS ACEITES DE PETRÓLEO Y PREPARACIONES	17,798,611	10,317,218	13,091,003	16,945,949	13,334,310	-6.97%	-4.09%
3004.90	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PREPARADOS	9,124,283	10,565,381	9,706,501	9,619,386	9,657,681	1.43%	2.96%
8708.99	LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES	12,155,742	9,222,008	9,072,701	11,335,076	9,417,197	-6.18%	2.89%
2711.11	GAS NATURAL LICUADO.	10,775,925	7,068,133	7,352,540	8,324,685	8,019,598	-7.12%	2.46%
2711.21	GAS NATURAL, EN ESTADO GASEOSO	5,087,090	3,011,946	2,885,168	4,552,654	5,678,869	2.79%	1.74%
8703.32	VEHICULOS AUTOMOVILES TRANSPORTE PERSONAS CON MOTOR DE EMBOLO	10,267,022	6,398,761	5,489,978	7,604,560	5,639,763	-13.91%	1.73%
8517.12	TELÉFONOS, INCLUIDOS LOS TELÉFONOS MÓVILES (CELULARES) Y LOS DE OTRAS REDES INALÁMBRICAS.	2,995,872	2,856,125	2,903,192	3,597,132	3,187,718	1.56%	0.98%
2603.00	MINERALES DE COBRE Y SUS CONCENTRADOS.	1,876,933	1,250,035	2,400,128	3,667,856	3,179,767	14.09%	0.98%
3002.10	SUEROS ESPECIFICOS DE ANIMALES O DE PERSONAS INMUNIZADOS	1,422,328	1,535,187	1,588,152	1,965,329	1,947,151	8.17%	0.60%
1201.90	HABAS DE SOJA, INCLUSO QUEBRANTADAS	-	-	-	-	1,907,604	-	0.59%
8471.30	MAQUINAS AUTOMATICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS DIGITAL	2,645,238	2,080,645	2,361,815	2,028,000	1,853,389	-8.51%	0.57%
1005.90	LOS DEMAS MAICES	1,538,744	832,250	890,864	1,465,514	1,712,318	2.71%	0.53%
3826.00	BIODIESEL Y SUS MEZCLAS, SIN ACEITES DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	-	-	-	-	1,680,582	-	0.52%
2701.12	HULLA BITUMINOSA, INCLUSO PULVERIZADAS, SIN AGLOMERAR	2,499,326	1,297,131	1,229,522	1,668,018	1,590,731	-10.68%	0.49%
	Demás productos	299,442,149	208,235,422	226,442,862	249,281,425	210,796,188	-8.40%	64.69%
	Todos los productos	418,728,300	287,501,636	315,547,199	362,834,519	325,835,176	-6.08%	100.00%

Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.3.3 Principales proveedores de las importaciones de España

Alemania constituye el principal proveedor de las importaciones de España con una representatividad del 10.70% en el año 2012. Otros proveedores importantes son Francia con una participación del 10.50% en el 2012, china con un 6.96% e Italia con un 6.14%

seguidos muy cerca por países Bajos (Holanda) 4.35% y Reino Unido 3.96% Ecuador representa un 0.17% del total importado por España al 2012.

Gráfico 13: Principales proveedores de las Importaciones de España



Fuente: PROECUADOR
Autora: Katherine Aldás

4.3.1.3.4 Principales productos de Exportación a España

Los principales productos que España exporta al mundo son otros vehículos automóviles, otros aceites de petróleo, medicamentos preparados, aceites livianos ligeros, vehículos para transporte de personas, partes y accesorios de vehículos.

Tabla 12: Principales productos exportados por España

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ESPAÑA								
Miles USD FOB								
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA	Participación % 2012
8703.32	VEHICULOS AUTOMOVILES TRANSPORTE PERSONAS CON MOTOR DE EMBOLO DE CILIN	10,172,774	8,357,130	9,099,557	12,529,697	10,275,215	0.25%	3.59%
2710.19	OTROS ACEITES DE PETRÓLEO Y PREPARACIONES	7,698,178	3,959,686	5,260,358	8,500,518	9,990,349	6.73%	3.49%
3004.90	LOS DEMAS MEDICAMENTOS PREPARADOS	8,585,754	7,964,981	8,553,971	8,070,348	7,863,946	-2.17%	2.75%
2710.12	ACEITES LIVIANOS LIGEROS Y PREPARACIONES	-	-	-	-	6,851,653	-	2.40%
8703.22	VEHICULO AUTOMOVIL TRANSPORTE PERSONAS DE CILINDRADA SUPERIOR A 1000 C	6,465,370	7,750,145	7,486,169	7,935,365	6,558,952	0.36%	2.29%
8708.99	LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES	6,889,861	4,580,749	4,793,183	5,646,821	4,869,602	-8.31%	1.70%
8703.31	LOS DEMAS VEHICULOS CON MOTOR DE EMBOLO, DE ENCENDIDO POR COMPRESION D	5,380,107	4,646,992	5,143,967	5,469,209	3,931,395	-7.54%	1.37%
8704.21	LOS DEMAS VEHICULOS AUTOMOVILES PARA EL TRANPORTE DE MERCANCIAS DE PES	5,756,795	2,769,953	3,940,006	5,224,443	3,834,097	-9.66%	1.34%
8703.23	VEHICULOS AUTOMOVIL TRANSPORTE PERSONAS DE CILINDRADA SUPERIOR A 1500	6,648,867	4,801,469	3,723,039	3,647,119	3,243,506	-16.43%	1.13%
8803.30	LAS DEMAS PARTES DE AVIONES O DE HELICOPTEROS	1,901,722	1,826,398	1,900,200	2,777,608	2,672,517	8.88%	0.93%
6908.90	LAS DEMAS BALDOSAS Y AZULEJOS ESMALTADOS (REVESTIMIENTOS CERAMICOS)	3,096,521	2,221,677	2,197,115	2,489,756	2,528,607	-4.94%	0.88%
2204.21	LOS DEMAS VINOS, MOSTO DE UVA EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O	1,693,063	1,504,351	1,594,659	1,886,091	1,966,848	3.82%	0.69%
1509.10	ACEITE DE OLIVA, VIRGEN	2,070,531	1,683,706	1,959,673	2,024,785	1,832,062	-3.01%	0.64%
7108.12	ORO EN BRUTO, EXCEPTO EN POLVO, PARA USO NO MONETARIO	33,525	239,330	341,900	1,200,674	1,702,227	166.94%	0.60%
0805.20	MANDARINAS, CLEMENTINAS, WILKINGS E HIBRIDOS SIMILARES, FRESCOS O SECO	1,808,456	1,678,292	1,697,554	1,728,800	1,668,521	-1.99%	0.58%
	Demás productos	211,029,944	169,147,349	188,573,899	229,039,730	216,146,829	0.60%	75.59%
	Todos los productos	279,231,468	223,132,208	246,265,330	298,170,964	285,936,446	0.59%	100.00%

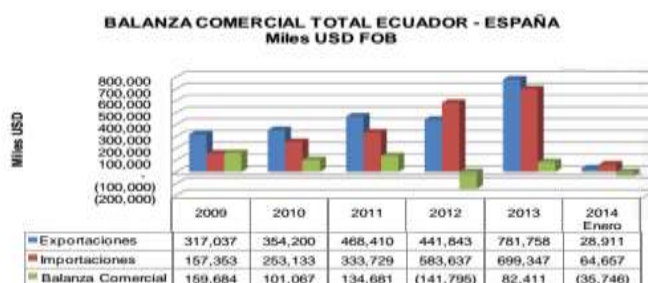
Fuente: PROECUADOR
Autora: Katherine Aldás

4.3.1.4 Relación Comercial de Ecuador – España

4.3.1.4.1 Representatividad de España en las exportaciones Ecuatorianas

El Ecuador ha exportado 500 subpartidas (10 dígitos) hacia España en el año 2013, entre los principales productos tenemos aceites crudos de petróleo con una participación del 36.87%, seguido por atún en conserva con 18.76%. En la mayoría de los años se presenta superávit, excepto en el 2012 y en enero del 2014. El mayor superávit se registra en el 2009 con USD 159.684 miles y en el 2013 fue de USD 82.411 miles. (PROECUADOR, 2014)

Gráfico 14: Balanza Comercial



Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.4.2 Exportaciones a España

Los principales productos que el Ecuador exportó a España considerando las ventas del 2009-2013 y el primer mes del presente año.

Tabla 13: Principales Productos exportados por Ecuador hacia España

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA ESPAÑA									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Enero	TCPA	Participación % 2013
2709.00.00.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO	-	-	51,556	-	288,220	-	-	36.87%
1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	60,689	56,954	68,799	126,992	146,644	7,870	24.65%	18.76%
0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS CONGELADOS NO CONTINGENTES EN OTRA PARTE	18,484	42,946	15,289	140	80,689	6,826	48.74%	10.32%
0306.16.00.00	CARACONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECAPODOS DE AGUA FRESA CONGELADOS	72,052	90,809	161,461	148,738	77,749	7,217	1.91%	9.95%
1604.20.00.00	LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO	92,570	92,769	80,133	73,754	62,874	2,587	-9.22%	8.04%
1604.14.20.00	CONSERVAS DE LISTADOS Y BONITOS	-	-	-	3,753	23,112	200	-	2.95%
0306.17.11.00	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	1,039	1,555	465	2,811	13,163	1,753	88.65%	1.55%
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	13,000	10,165	12,880	12,539	12,077	435	-1.99%	1.54%
0303.42.00.00	ATUN CONGELADO DE ALETA AMARILLA	1,687	2,938	2,227	5,155	8,805	-	-	61.14%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRAS	3,330	9,757	11,083	11,338	7,519	565	22.98%	0.97%
0803.90.11.00	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	10,167	3,817	13,816	14,866	6,366	101	-11.04%	0.81%
0304.87.00.00	FILETES DE ATUNES LISTADOS O BONITOS CONGELADOS	-	-	-	-	5,313	97	-	0.68%
0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIAS PENAEIDAE) CONGELADOS	246	194	77	103	8,169	-	114.15%	0.65%
0803.10.10.00	BANANAS FRESCAS TIPO «PLANTAIN» (PARA COCCIÓN)	5,599	4,760	4,329	2,802	3,366	171	-11.95%	0.43%
0603.19.10.00	GYPHOPHYLLA (LLUVIA, ILUSION) GYPHOPHYLLA PANIQUILLA FRESCAS, CORTADAS	1,443	2,831	2,801	2,561	2,377	61	13.28%	0.30%
	Demás productos	38,606	34,814	43,495	36,278	38,219	2,026	-0.25%	4.85%
	Todos los productos	317,037	354,200	468,410	441,843	781,758	28,911	25.31%	100.00%

Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.4.3 Importaciones desde España

Los principales productos del 2009-2013 y enero del 2014, señalados a nivel de 10 dígitos, que el Ecuador importa de España, el mismo que representa la siguiente información:

Tabla 14: Principales producto importados por Ecuador desde España

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE ESPAÑA									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Enero	TCPA	Participación % 2013
2707.50.10.00	NAFTA DISOLVENTE	47	-	-	257,778	332,454	28,853	816.82%	48.56%
3004.90.29.00	LOS DEMÁS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO PARA USOS TERAPÉUTICOS O PROFILÁCTICOS, DOSIFICADOS O ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR.	3,486	8,090	16,907	17,234	9,492	1,055	28.45%	1.39%
8526.91.00.00	APARATOS DE RADIONAVEGACIÓN	1,990	4,568	9,261	7,909	9,447	969	47.62%	1.38%
3105.90.90.00	LOS DEMÁS ABONOS MINERALES O QUÍMICOS	4,047	5,287	6,106	7,073	7,505	897	16.69%	1.10%
4901.99.90.00	LAS DEMAS IMPRESIONES NO CONTEMPLADOS EN OTRAS PARTIDAS	7,658	7,508	7,384	5,723	7,392	450	-0.88%	1.08%
8309.90.00.00	LOS DEMÁS TAPONES Y TAPAS, Y DEMÁS ACCESORIOS PARA ENVASES, DE METAL COMÚN	3,982	4,436	5,149	6,543	6,578	594	13.37%	0.96%
3207.10.00.00	PIGMENTOS, OPACIFICANTES Y COLORES PREPARADOS Y PREPARACIONES SIMILARES	3,679	4,380	5,940	5,211	6,455	772	15.09%	0.94%
8502.39.90.00	LOS DEMÁS GRUPOS ELECTRÓGENOS NCOP	-	26	-	98	6,377	-	-	0.93%
6908.90.00.00	LAS DEMÁS PLACAS Y BALDOSAS DE CERAMICA, BARNIZADAS O ESMALTADAS	3,584	3,864	4,979	5,093	5,448	263	11.04%	0.80%
1901.10.10.00	FÓRMULAS LÁCTEAS PARA NIÑOS DE HASTA 12 MESES DE EDAD	2,248	2,501	4,105	4,235	4,936	216	21.72%	0.72%
8402.20.00.00	CALDERAS DENOMINADAS «DE AGUA SOBRECALENTADA»	5	2	-	-	4,718	-	457.27%	0.69%
8544.60.90.00	LOS DEMÁS CONDUCTORES ELÉCTRICOS PARA UNA TENSIÓN SUPERIOR A 1.000 V, NCOP	1	1	-	1	3,913	-	775.18%	0.57%
2106.90.99.00	LAS DEMÁS FÓRMULAS NO LÁCTEAS PARA NIÑOS DE HASTA 12 MESES, NCOP	-	-	-	-	3,856	55	-	0.56%
8526.10.00.00	APARATOS DE RADAR	-	1	69	9,968	3,506	56	-	0.51%
2933.29.00.00	LOS DEMÁS COMPUESTOS HETEROCICLICOS CON HETEROÁTOMO(S)	1,260	11,767	10,394	1,621	3,237	197	26.59%	0.47%
	Demás productos	125,365	200,700	257,001	244,976	269,315	29,505	21.07%	39.34%
	Todos los productos	157,353	253,133	327,295	573,462	684,628	63,882	44.43%	100.00%

Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.4.4 Exportaciones de Snacks de Ecuador hacia España

Gráfico 15: Exportaciones de Snacks de Ecuador hacia España

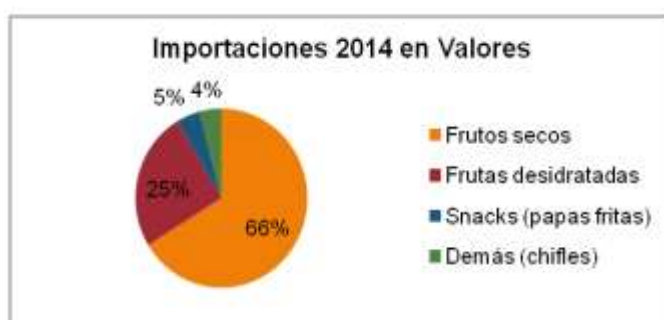


Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

4.3.1.5 Demanda en España de Snacks de papa

Gráfico 16: Demanda en España de snack de papa



Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

Tabla 15: Principales proveedores

PRINCIPALES PROVEEDORES DE SNACKS DE ESPAÑA 2010-2014					
Millones USD					
Proveedores	2010	2011	2012	2013	2014
1 Francia	24.02	27.82	10.73	16.51	22.30
2 Chile	5.84	4.54	5.69	5.48	14.64
3 Turquía	9.40	10.25	10.75	11.46	10.51
4 Alemania	6.41	8.16	8.15	7.25	8.57
5 China	12.12	2.85	4.02	5.11	5.46
6 México	2.90	5.30	6.53	5.93	5.27
7 Portugal	3.77	4.67	5.84	5.73	4.56
8 Países	3.07	2.57	3.01	2.40	4.16
9 Italia	2.36	3.24	3.40	4.52	3.90
10 Costa Rica	1.73	1.35	2.64	2.08	2.51
11 Tailandia	1.67	1.33	1.42	2.25	2.47
12 Argentina	6.33	5.68	5.47	7.30	2.47
13 Guatemala	0.27	0.73	1.94	2.95	2.19
14 Ecuador	1.80	1.68	2.24	2.80	2.16

Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

Exportaciones de Snacks de España hacia el mundo

Gráfico 17: Exportaciones



Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

Tabla 16: Principales destinos de las exportaciones de Snacks de España

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE SNACKS DE ESPAÑA 2010-2014					
Millones USD					
Destinos	2010	2011	2012	2013	2014
1 Francia	23.22	23.42	28.52	36.41	37.30
2 Bélgica	5.21	10.78	19.40	24.38	16.09
3 Países Bajos	3.55	4.43	3.00	4.62	5.56
4 Alemania	18.09	18.70	18.01	17.61	19.15
5 Italia	10.72	16.76	13.71	15.01	19.72
6 Reino Unido	12.60	7.72	6.61	7.80	9.37
7 Irlanda	0.55	0.71	0.90	1.00	1.22
8 Dinamarca	0.95	0.99	0.91	1.99	2.82
9 Grecia	1.73	1.95	1.28	1.94	1.87
10 Portugal	11.98	12.16	10.73	8.76	8.97

Fuente: PROECUADOR

Autora: Katherine Aldás

Producción local del producto

En el 2014 España produjo alrededor de 150,000 Ton de snacks, de las cuales el 70% corresponde a papas fritas mientras que el 30% está distribuido entre frutos secos, chifles, frutas deshidratadas y otros snacks fritos y horneados.

De igual manera depende de la importación de ciertos frutos secos y frutas deshidratadas, debido a que no producen todos. (PROECUADOR, 2015)

Localización geográfica de la demanda

El consumo de snacks se concentra de la siguiente manera:

- Madrid 36%
- Barcelona 30%
- Sevilla 20%
- Resto de España 14%

4.3.2 FASE II: Empresa

Asociación de Productores Agrícolas del Rubro papa CONPAPA “AGROPAPA”

4.3.2.1 Reseña histórica

La organización de productores del rubro papa más representativa de la provincia, desde sus inicios en el año 2003 el principal objetivo es fortalecer el AGRONEGOCIO ASOCIATIVO CAMPESINO- En la cadena agroalimentaria de la papa, articulando de forma directa al Productor y Consumidor en sus diferentes segmentos, para consolidar su proceso de formación el 25 de octubre del 2006 con el otorgamiento de la personería jurídica.

En la conformación de CONPAPA- AGROPAPA, ha sido muy significativo el aporte que han dedicado Instituciones Públicas y Privadas en los diferentes procesos de; organización, capacitación, Investigación, Producción y Comercialización, todo esto de forma participativa entre los productores, directivos y personal técnico, con el firme propósito de: Mejorar la calidad de vida de los pequeños productores de las comunidades campesinas e indígenas de los andes ecuatorianos.

En el 2010, la organización se ve en la necesidad de alcanzar su sostenibilidad ante la inminente salida de su principal cooperante, para lo cual se hace un estructura mínima en el trabajo gremial que cumplen los compañeros directivos y la parte administrativa contable por parte del personal técnico. Siendo una lección de aprendizaje significativa dentro del fortalecimiento socio – empresarial de los pequeños productores que buscan consolidarse y alcanzar su sostenibilidad.

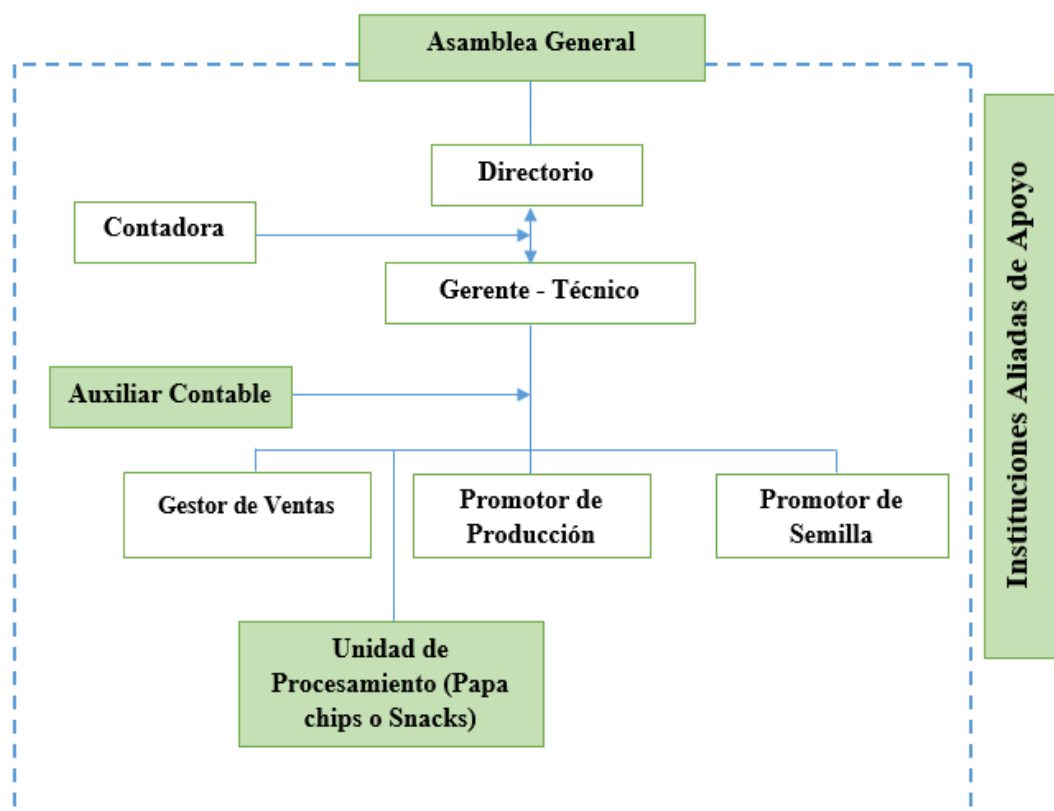
4.3.2.2 Misión

Trabajar por el bienestar general de los asociados, su familia en especial jóvenes y mujeres de la comunidad papera de la provincia, a través de la producción y comercialización de la papa e insumos agrícolas y la prestación de servicios sociales y económicos, fomentando los valores asociativos de solidaridad, democracia, equidad, honestidad y lealtad con responsabilidad socio-empresarial.

4.3.2.3 Visión

Ser una Asociación generadora de excedentes que permita crecer sosteniblemente para el fortalecimiento socio-económico y la prestación de servicios sociales y económicos que satisfagan las aspiraciones de sus Asociados, proveedores y clientes de la cadena agroalimentaria de la papa.

Gráfico 18: Estructura Gremial - Administrativa



Fuente: Base de datos CONPAPA “AGROPAPA”

Autora: Katherine Aldás

En este Procesos de alcanzar la sostenibilidad resaltar el aporte institucional del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, que dentro de la ESTRATEGIA AGROPECUARIA PROVINCIAL,

4.3.2.4 Estrategia

- Seguridad alimentaria
- Lucha contra la pobreza y
- La equidad de género

4.3.2.5 Donde Estamos

La organización, realiza sus actividades con productores de los cantones de Ambato (Pilahuin, Juan Benigno Vela) Pillaro (San Miguelito, San José de Poalo, Ciudad Nueva), y Quero.

En el 2013, se trabaja en otros cantones (Cevallos. Mocha y Tisaleo) para diversificar sus zonas productoras de papa, para reducir los riesgos principalmente ocasionados por factores climáticos (Heladas y sequias).

4.3.2.6 Quienes Somos

Somos 40 Jefes de familias que representamos a los productores de las diferentes comunidades de la provincia de Tungurahua que involucran directamente a 200 personas entre jóvenes, adultos y adultos mayores que además benefician indirectamente a otro gran número de personas que facilitan servicios de, insumos, semillas, fertilizantes, transporte, estiaje y principalmente como generadores de fuentes de trabajo por la mano de obra que se emplea en el proceso de producción del cultivo de papa.

4.3.2.7 El Agro-negocio Asociativo

Se busca consolidar una relación estrecha entre el productor y consumidor, ofertando el servicio de comercialización de nuestro producto, para lo cual hay que cumplir diferentes actividades previas como:

-Organización: El agricultor siempre ha producido y comercializado sus productos en las plazas y mercados sin considerar planificación, costos de producción siendo siempre

sus trabajo de forma individual. Al nacer la idea de los proyectos participativos se piensa en forma asociativa integrando productores de una misma comunidad, por lo cual el 2006 se conforma la Unión de Asociaciones de Productos Agrícolas basados en el Rubro papa CONPAPA“AGROPAPA”.

-Capacitación e Investigación: Se ha consolidado los procesos de capacitación con metodologías apropiadas para los productores como son el aprender, experimentar y descubrir para mejorar el manejo de sus cultivos por medio de las Eca´s (Escuelas de campo para Agricultores), CdC (Capacitación de capacitadores), especialmente a líderes locales para que repliquen el conocimiento en sus comunidades. Para fortalecer este intercambio de conocimientos se realizan talleres, cursos en temas de interés propios de los agricultores, para conocer sobre administración, liderazgo, asociatividad, administración, contabilidad y tributación, que se complementan con los trabajos que realiza nuestra organización.

Los agricultores son los principales usuarios de las diferentes tecnologías desarrollada para mejorar la productividad del rubro papa, se ha implementado temas de investigación por medio de tesis de grado en; MIC (manejo integrado del cultivo de papa), MIPE (manejo integrado de plagas y enfermedades), desarrollo de nuevas variedades, procesos de valor agregado y principalmente en el rescate de variedades nativas para la agroindustria.

- **Producción:** Las variedades cultivadas por nuestros socios en las diferentes épocas y zonas son:
 - ✓ Variedades mejoradas: I-Fripapa, Superchola, Unica, I- Natividad, Clon Carolina, I-Cecilia.
 - ✓ Variedades Nativas: Puca Shungo, Yana Shungo, Tushpa, (Variedades pigmentadas) de alto valor cultural y nutritivo, chaucha roja.
 - ✓ También se hace la labor de rescate y conservación de las papas nativas (Dolores, Chiwila, Moronga, Calvache, Leona Negra, Yema de huevo, Cacho papa, etc.) que permiten mantener la biodiversidad.

En promedio al año se establecen 48Ha de papa con las variedades antes indicadas, obteniendo rendimientos promedio de 15 a 20 TM/ ha, donde influyen el manejo del cultivo, variedad, época de siembra y el origen de la semilla de papa.

- **Comercialización:** Una vez concluido el proceso productivo, la mayoría de los socios esperan obtener la mayor rentabilidad posible por la venta de su producto, el consorcio hace sus esfuerzos para alcanzar los más altos precios por: Calidad, Cantidad, Continuidad. Ofertando el producto a los segmentos:
 - Papa en fresco y (pollerías, locales de comida rápida, supermercados y restaurante),
 - La industrialización (Papa Chip's - Snacks)

Gráfico 19: Papas Nativas



Fuente: CONPAPA “AGROPAPA”

Autora: Katherine Aldás

4.3.2.8 Que esperamos a Futuro:

- ❖ Un gremio fuerte y organizado.
- ❖ Ampliar el número de socios comprometidos.
- ❖ Ampliar la organización hacia otras zonas.
- ❖ Fortalecimiento del liderazgo de dirigentes y promotores.
- ❖ Agronegocio sostenible y competitivo.
- ❖ Diversificar los productos (valor Agregado).

4.3.2.9 Localización

Gráfico 20: Ubicación





Fuente: Google Map

Autora: Katherine Aldás

4.3.2.10 Proceso productivo de Snacks de papas Yana Shungo, Puca Shungo

Tabla 17: Valor Nutritivo

Yana Shungo		Puca Shungo	
			
Valor nutritivo:		Valor Nutritivo:	
Hierro (mg/100g)	8.6	Hierro (mg/100g)	6.1
Zinc (mg/100g)	1.9	Zinc (mg/100g)	1.3
Proteína	11%	Proteína	7.2 %
Potasio (mg/100g)	1925	Potasio (mg/100g)	1905
Poli fenoles (mg/ 100g)	258.8	Poli fenoles (mg/ 100g)	189
Tiempo de cocción (min)	25	Tiempo de cocción (min)	25
Usos: papa cocinada y fritura		Usos: papa cocinada y fritura	

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

4.3.2.11 Manejo del cultivo

Gráfico 21: Preparación del suelo



Fuente: Cultivos de Socios

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 22: Siembra de la semilla



Fuente: Cultivos de Socios

Autor: Katherine Aldás

Gráfico 23: Labores culturales



Fuente: Cultivos de Socios

Autor: Katherine Aldás

Las actividades que se realizan para el cultivo y la cosecha la papa son:

- ✓ Preparación del suelo ya que debe estar acondicionado para la recepción de la semilla y el futuro establecido para el cultivo.
- ✓ La selección de la semilla del tubérculo que está destinado para la siembra tiene que estar en buen estado brotando y germinando para que la emergencia del campo sea más rápida.
- ✓ La fertilización se realiza en función de la disponibilidad de los nutrientes para las plantas, la compactación, pH, la cantidad de materia orgánica, insectos o enfermedades etc. que son detectadas y que pueden evitar que el crecimiento de la planta.

Cosecha

Gráfico 24: Cosecha



Fuente: Cultivos de Socios

Autora: Katherine Aldás

La cosecha se realiza cuando la mayor parte de las hojas muestran un color amarillento, cuando las plantas han perdido la totalidad de las hojas o no muestran follaje verde. Los tubérculos están maduros cuando al hacer una ligera presión con la yema de los dedos no se desprenda su piel.

Una vez cosechados los tubérculos se deben orearse al ambiente para reducir la humedad superficial y eliminar la tierra que llevan adheridos en su superficie.

Después de la cosecha se selecciona las papas clasificándolas correctamente y son empacadas en sacos apropiados, y luego son transportados los tubérculos con cuidado para evitar lecciones en los mismos hacia el lugar donde comienza el proceso de producción.

4.3.2.11.1 Transformación

Gráfico 25: Transformación

Yana Shungo



Puca Shungo



Fuente: Cultivos de Socios

Autora: Katherine Aldás

Para el procesamiento y transformación de la papa en hojuelas chips o Snack la Asociación cumple con parámetros exigentes para asegurar el buen rendimiento y la máxima calidad en papa.

A continuación se presentan los procesos para transformar la materia prima en el producto terminado listo para exportar.

4.3.2.11.2 Inspección y Selección

Gráfico 26: Inspección y Selección



Fuente: Centro de acopio

Autora: Katherine Aldás

En la recepción de la materia prima, el tubérculo es pasado por una inspección rigurosa observando las características como: el peso, tamaño, forma, y calidad tomando en cuenta esta tarea se realiza de forma manual conforme va llegando el producto.

4.3.2.11.3 Lavado

Gráfico 27: Lavado



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

Este proceso es realizado en una máquina de acero inoxidable que permite obtener las papas bien lavadas y desinfectadas retirando todas las partículas y microorganismos.

Es importante sacar y descarta cualquier papa con síntoma o señales de contaminación o no apta al proceso, recordar que el fuerte de la propuesta es papas fritas naturales y que su negocio depende de calidad.

4.3.2.11.4 Pelado

Gráfico 28: Pelado



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

Un equipo de accionamiento eléctrico cumple con esta función, el pelado de la papa es el más demorado en el proceso de fabricación y el primer paso en la producción, asegurando tener la materia prima a primera hora. Se debe tener cuidado en este proceso debido a que no se puede tener la papa expuesta al ambiente, una vez pelada es colocada en un recipiente apropiado con agua.

4.3.2.11.5 Inmersión

Gráfico 29: Inmersión



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

El producto pelado se sumerge inmediatamente en agua con una solución salina para evitar el pardeamiento.

4.3.2.11.6 Rebanado

Gráfico 30: Rebanado



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

En un equipo manual de acción mecánica con unos cuchillos de corte intercambiables ayuda a rebanar la papa en forma de hojuelas.

Las hojuelas son lavadas en agua corriente para la retirada del exceso de almidón en su superficie provocada por el corte evitando que se peguen al momento de freír.

4.3.2.11.7 Fritura

Gráfico 31: Fritura



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

La máquina para freír las hojuelas es una unidad compacta, construida en acero inoxidable.

Para realizar esta acción se deben cumplir con estándares específicos como:

- El tiempo de la fritura de las hojuelas es de 180°C la cual se recomienda no pasar de los 195°C para evitar que se quemem.
- El tiempo de la fritura es de 2.5 a 3.0 minutos esto depende del grosor del corte.

- El factor importante y el objetivo de su fabricación es acertar con equilibrio y calidad el color de la papa, el sabor y el crocante en el rendimiento final de producción.
- La fritura de la papa es realizado con aceites hidrogenados.

4.3.2.11.8 Centrifugación

Gráfico 32: Centrifugación



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

En este paso se elimina el exceso de grasa superficial del producto, con el fin de recuperar la mayor cantidad de grasa y obtener un producto con el mínimo de grasa superficial posible.

4.3.2.11.9 Selección de la fritura

Gráfico 33: Selección de la fritura



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

En este paso se seleccionan las hojuelas que se encuentran en buen estado ya que algunas se tienden a quebrar o se encuentran de un color no muy agradable a la vista.

4.3.2.11.10 Aplicación de sal y demás condimentos

Gráfico 34: Aplicación de sal



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

Es la operación en el cual la hojuela ya lista se aplica un condimento específico para darle un sabor definido.

4.3.2.11.11 Empaque y Sellador

Gráfico 35: Empaque y sellador



Fuente: Planta Procesadora

Autora: Katherine Aldás

El empackado se lo realiza en fundas de polietileno metalizado con la finalidad de brindar una mayor seguridad a fin de garantizar que el producto permanezca fresco.

4.3.2.11.12 Almacenamiento

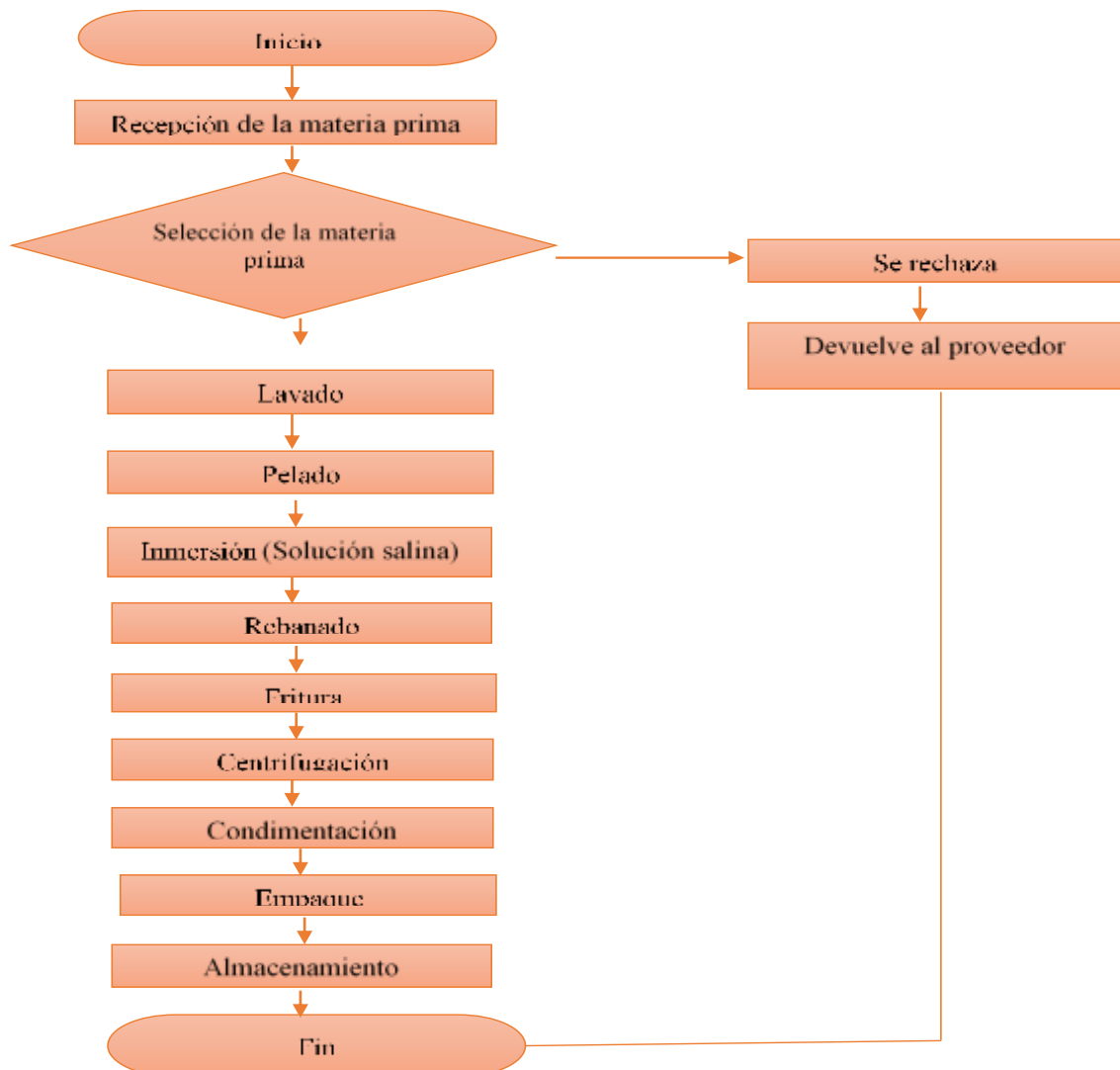
El producto es almacenamiento en lugares secos, ocultos a la luz solar, libres de contaminación como el polvo.

Gráfico 36: Almacenamiento



Fuente: Planta Procesadora
Autora: Katherine Aldás

Gráfico 37: Flujograma de proceso de producción



Fuente: CONPAPA
Autora: Katherine Aldás

4.3.2.12 Proceso de etiquetado empacado, embalaje

4.3.2.12.1 Marca

Gráfico 38: Marca



Fuente: CONAPAPA
Autora: Katherine Aldás

La marca es un signo distintivo cuya función principal es distinguir e individualizar en el mercado los productos o servicios de un empresario frente a los productos o servicios ofrecidos por sus competidores.

Cumple además una importante función publicitaria y de consolidación de su reputación. Los signos distintivos, especialmente las marcas, constituyen un instrumento eficaz y necesario tanto para la política empresarial como para la protección de los consumidores. A la hora de lanzar en el mercado español un producto o un servicio identificado por una marca es necesario comprobar que:

- La marca está libre para ser usada.
- La marca está libre para ser registrada.
- La marca no tiene connotaciones negativas, es decir, es comercialmente adecuada. Antes de la comercialización es conveniente verificar que no existe una marca idéntica o similar previamente registrada para distinguir productos idénticos o similares a los nuestros, ya que ello podría impedirnos el uso del signo en ese territorio. (PROECUADOR, 2011)

4.3.2.12.2 Empaque

El empaque es una parte fundamental del producto ya que es una herramienta de promoción y venta. El empaque es el contenedor de un producto, diseñado y producido

para protegerlo y/o preservarlo adecuadamente durante su transporte, almacenamiento y entrega al consumidor o cliente final; pero además, también es muy útil para promocionar y diferenciar el producto.

Las hojuelas procesadas son envasados en fundas de polipropileno con el objetivo de brindar una adecuada barrera al oxígeno a fin de mantener el producto fresco y dar un tiempo de vida entre 180-200 días.

Snacks de papas nativas YAPU SNACKS



Los Snacks de papas nativas YAPU Snacks esta diseñados para las personas que cuidan de su salud y dieta debido a que su materia prima es orgánica, seleccionada y clasificada cuidadosamente y su procesamiento es realizado bajo un control de calidad, sin que en el procesamiento del producto se elimine los nutrientes.

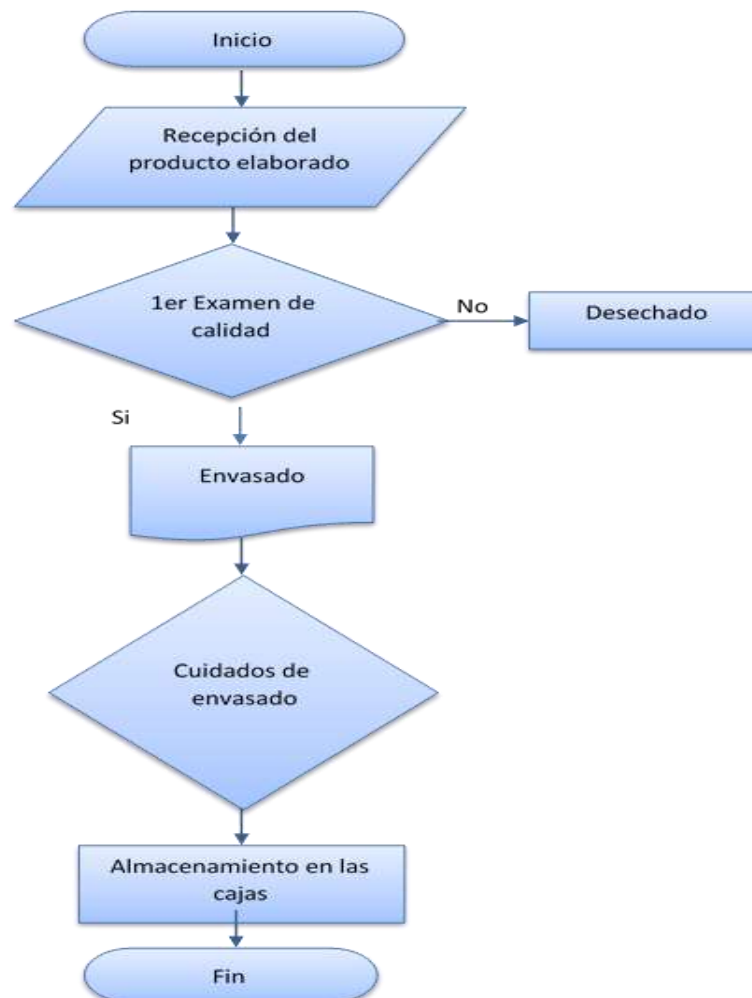
Recomendaciones generales

- Almacenar en un lugar seco y fresco.
- La bodega de almacenamiento debe permanecer limpia, seca, fresca y ventilada.
- Apilar el balanceado los cartones sobre pallets.
- Consumir antes de la fecha de caducidad el producto.
- El inadecuado almacenamiento del producto puede maltratar y dañar los empaques y aplastar el producto.

➤ Proceso del Empacado

1. Se recibe el producto
2. Se revisa si está en buen estado.
3. Si cumple se empaqueta en las fundas.
4. Si no cumple no se empaqueta.
5. Luego de empaquetado en la funda se revisa si está bien sellada ni no tiene huecos o cualquier cosa que afecte al producto.
6. Si cumple se almacena en las cajas.
7. No cumple se desecha el producto

Gráfico 39: Proceso de empaquetado



Fuente: Investigación
Autora: Katherine Aldás

4.3.2.12.3 Embalaje

Es un recipiente o envoltura que contiene productos de madera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en la manipulación, transporte y almacenaje.

El embalaje cumple diferentes funciones:

- Proteger el contenido.
- Facilitar la manipulación.
- Informar sobre sus condiciones de manejo.
- Requisitos legales.
- Composición.
- Ingredientes etc.

Se clasifican según:

Envase: es la envoltura que protege, sostiene y conserva la mercancía; está en contacto directo con el producto, puede ser rígido como cajas, frascos, blíster, o flexible como bolsas, sachet, pouches y sobres.

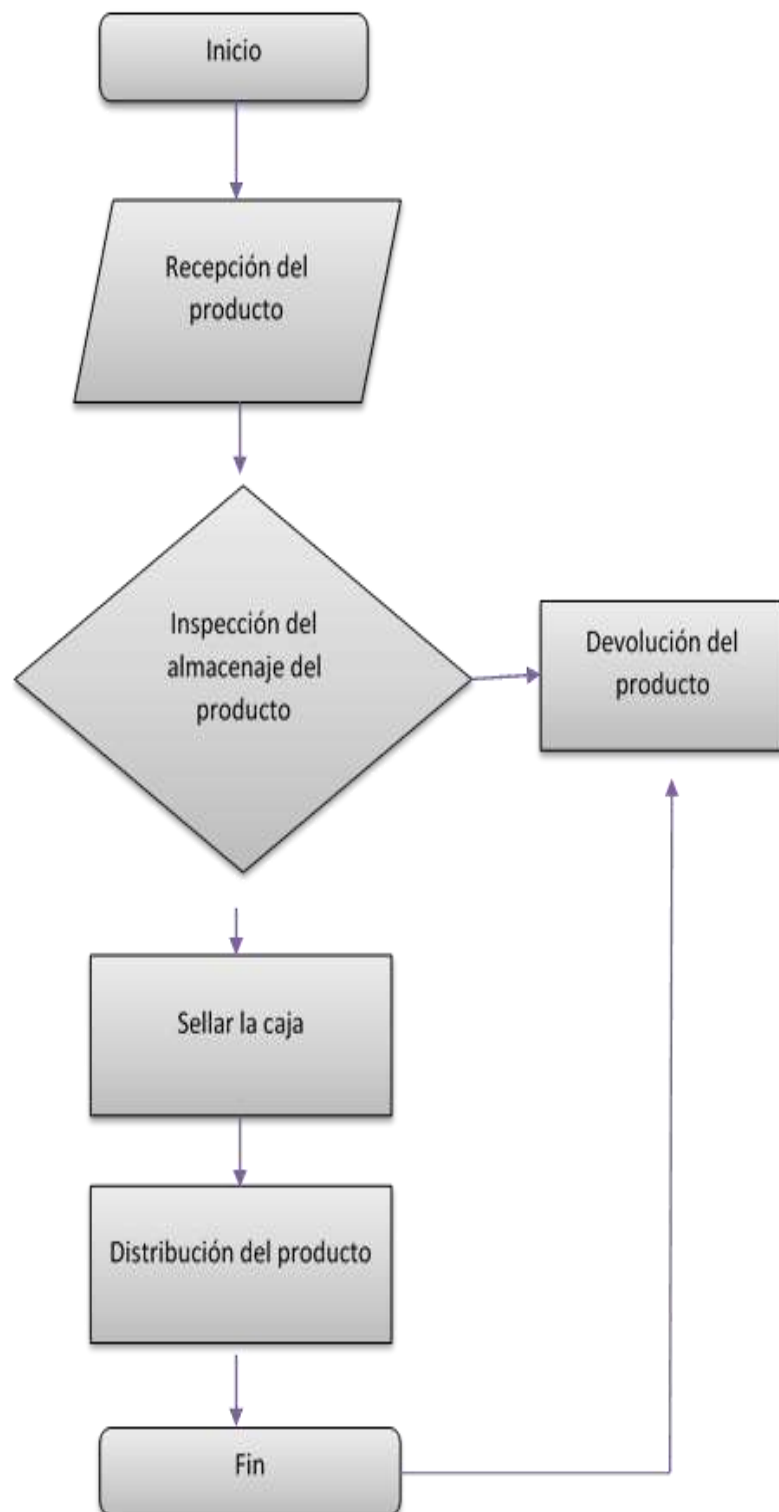
Embalaje secundario: son cajas de diversos materiales cajas de cartón ondulado de diversos modelos y muy resistentes.

Embalaje terciario: es el que está destinado a soportar grandes cantidades de embalajes secundarios, a fin de que estos no se dañen o deteriore en el proceso de transportar, almacenar entre la fábrica y el consumidor final.

➤ Proceso de embalaje

- Se recibe la caja
- Se revisa si la cantidad exacta del producto y si se encuentran colocadas de manera apropiada
- Si cumple se procede a sellar la caja con la cinta correspondiente
- No cumple el producto se regresa

Gráfico 40: Flujograma de proceso de embalaje



Fuente: Investigación
Autora: Katherine Aldás

4.3.3 FASE III: Manual Logístico

4.3.3.1 Introducción

En esta fase se encuentran punto por punto los detalles a seguir para cada una de las funciones, pudiéndose poner en práctica cada una de ellas, ya que se explica de una manera práctica los procedimientos a seguir, con la intención que manejemos una idea uniforme de las funciones asignadas ya que se tratara de utilizar un orden lógico para mayor entendimiento en las actividades.

Con este manual la Asociación tendrá los conocimientos requeridos para exportar los snacks de papa nativa orgánico Puca Shungo y Yana Shungo al mercado de Madrid – España permitiendo la satisfacción del cliente con la optimización de recursos y tiempo.

El desarrollo de este manual beneficiara tanto a la Asociación obteniendo recursos económicos y el reconocimiento internacional obteniendo nuevos mercados y generando incluso puesto que logra beneficiar a los pequeños productores que proveen la materia prima, creando fuentes de trabajo aprovechando la ubicación estratégica y las condiciones climatológicas de nuestro país para obtener productos de alta calidad.

4.3.3.2 Procesos Logísticos de Exportación

4.3.3.2.1 Registro único de contribuyentes

El RUC es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generen obligaciones tributarias.

Tabla 18: Ruc

Razón social	Ruc	Actividad económica
Asociación de productores agrícolas del rubro papa CONPAPA AGROPAPA	1891757189001	Producción de semillas de papas, venta al por menor y mayor de abonos e insumos agrícolas , Cultivo de papas, elaboración, comercialización y exportación de snack

Fuente: SRI

Autora: Katherine Aldás

- Adjuntar archivos en PDF tamaño menor o igual a 1MB Y LEGIBLE

Persona Natural

- Copia de cedula
- Copia de papeleta de votación actualizada
- Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono

Gráfico 43: Referencia

Requisitos

Si cumple una de las siguientes excepciones, la papeleta de votación no es requisito. (Marque la opción).

Personas mayores a sesenta y cinco años. Extranjeros o ecuatorianos que habitan en el exterior.
 Integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional. Personas con discapacidad.

	Requisitos (Solo archivos PDF de tamaño menor o igual a 1Mb)	
*Copia a color cédula o pasaporte	<input type="button" value="Seleccionar archivo"/> Ningun archi...seleccionado	<input type="button" value="Limpiar"/>
*Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono	<input type="button" value="Seleccionar archivo"/> Ningun archi...seleccionado	<input type="button" value="Limpiar"/>
*Copia clara de la papeleta de votación.	<input type="button" value="Seleccionar archivo"/> Ningun archi...seleccionado	<input type="button" value="Limpiar"/>

Certifico que toda la información contenida en este formulario es real y exactamente corresponde al solicitante, y, autorizo a la ECIBCE la verificación de la misma.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Paso 3

Se recibirá un correo electrónico de aprobación de la solicitud

Se cancelara el valor de \$65 dólares americanos + IVA = en efectivo por estar ubicado en la ciudad de Ambato el negocio.

- 30 Emisión de Certificado
- 35 Token

Paso 4

- Escanear e enviar el comprobante de pago para retirar el Token y clave en este caso se entregara en la ciudad de Ambato en el Registro Civil.
- **Nota:** el trámite es personal por resguardar la información que en este Token se guarda.

4.3.3.2.3 Registro en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) portal de ECUAPASS

Es el nuevo sistema aduanero del país, que permitirá a todos los Operadores Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación.

- Hacer clic en solicitud de uso y crear el usuario y contraseña, con el cual se creará un correo electrónico donde llegarán las notificaciones.
- Ingresar la identificación única de certificado digital, donde se escoge el tipo de certificado digital de acuerdo a la entidad emisora y se acepta las políticas de uso.
- Finalmente se ingresa de nuevo con su usuario y contraseña y en ese momento puede ingresar al VUE.

Gráfico 44: Página principal del sistema ECUAPASS



Fuente: Sistema ECUAPASS

Aquí se puede:

- Actualizar datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar la firma electrónica

Objetivos del ECUAPASS

- Generar transparencia y eficiencia de las operaciones aduaneras.
- Minimizar el uso de papel.
- Asegurar simultáneamente el control aduanero y facilitar el comercio.
- Establecer la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

4.3.3.3 Contratar agente aduanero

Se realizara el trámite de importación respectivo con el Agente Aduanero EXIMSA .SA. con un costo de \$120 por ser trámite de importación vía marítimo y \$ 30 por despacho de aduana.

4.3.3.4 Estructura de comercialización

4.3.3.4.1 Exportación a consumo

La exportación a consumo perteneciente al régimen 40 por el cual las mercancías nacionales como son los snacks de papa nativa saldrán del territorio aduanero ecuatoriano para el consumo humano en Madrid - España que es el país de destino.

4.3.3.4.2 Clasificación Arancelaria de los Snacks de papas

Sección IV:

PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS.

Capítulo 20: Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.

Tabla 19: Partida arancelaria

Partida	Descripción
20.05	Las demás hortalizas preparadas o conservas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de 20.06.
20.05.20.00	Patatas (papas)

Fuente: El Arancel

Autora: Katherine Aldás

4.3.3.4.3 Procedimiento para exportar desde Ecuador a España

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

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

- Factura comercial original
- Autorizaciones previas
- Certificado de Origen Electrónico

Factura comercial

Este documento de acompañamiento de toda Declaración, expedido por el vendedor de las mercancías el mismo que acredita el valor de la transacción comercial. La información que deberá contener la factura comercial son:

- Nombre y fecha de expedición
- Nombre y dirección del vendedor
- Nombre y dirección del comprador
- Descripción de la mercancía
- Cantidad
- Precio unitario total
- Moneda de transacción comercial

Certificación de origen

Documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país.

Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden. (PROECUADOR, 2015)

Requisitos

- Registro en el ECUAPASS

El primer paso que debe realizar el exportador para poder obtener un certificado de origen es registrarse en ECUAPASS como exportador a través del sitio web: <https://portal.aduana.gob.ec/>, en la opción “Solicitud de Uso”. (Para registrarse en Ecuapass deberá contar previamente con la firma digital o TOKEN)

- Generación de la declaración juramentada de origen DJO

Dentro de ECUAPASS, debe ingresar al menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”. El usuario deberá generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de TODO Certificado de Origen.

La DJO tiene como objetivo determinar de forma sistematizada, si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los Acuerdos, para beneficiarse de las preferencias arancelarias correspondientes. La DJO tiene una duración de 2 años.

- Generación del Certificado de Origen

Si va a exportar a Estados Unidos de América, Unión Europea, Terceros Países, SGP o SGP+, la única entidad emisora es el MIPRO.

El exportador debe ingresar en ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, completar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO.

Si va a exportar a países de la CAN, ALADI O MERCUSUR, el Certificado de Origen puede ser emitido por las siguientes entidades habilitadas:

Cámara de Industrias y Producción, Cámara de Industrias de Guayaquil, Cámara de Industrias de Tungurahua, Cámara de Industrias de Manta, Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, Cámara de Comercio de Guayaquil, Cámara de Comercio de Machala, Cámara de Industrias de Cuenca, Cámara de Comercio de Huaquillas, Cámara de la Pequeña Industria del Carchi y FEDEXPOR.

El exportador deberá seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario y presentar documentación solicitada, para posteriormente retirar el certificado físico. (Próximamente las entidades habilitadas entrarán dentro ECUAPASS).

Gráfico 46: Certificado de origen

1. Goods consigned from exporter's business name, address, country CAR S.A. IDA, ECUADOR		Reference No. ANP 356657	
2. Goods consigned to consignee's name, address, country COMER EXTERIOR MANTA		UNIVERSAL SYSTEM OF PREFERRED CERTIFICATE OF ORIGIN (Detailed declaration and certificate) FORM A Issued in QUINON (country)	
3. Means of transport and mode (to be as follows) AVIACION		4. For official use ISSUE UNIMPACTEDLY	
5. Date for 02 OCT 2019	6. Nature and content of packages 01 PAQUETE	7. Number and kind of packages; description of goods 01000000	8. Origin country (see notes 1-4) ECUADOR
ESPACIO EN BLANCO		9. Gross weight or other quantity 00,000,00 KG	10. Expiry date and time of issuance 02-02- 2020 05:10:20
		11. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above entries and statements are correct, that all the goods were produced in QUINON and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the preferential system of preferences to which they are entitled.	
12. Certification I hereby certify, on the basis of correct records and, after examination by the expert, that AMALINDA 22 OCT 2019		13. Declaration by the expert The undersigned hereby declares that the above entries and statements are correct, that all the goods were produced in QUINON and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the preferential system of preferences to which they are entitled.	

Fuente: SENA E

Certificado sanitario

Acreditar que la mercancía incluida en el mismo es apta para el consumo humano y cumple la reglamentación sanitaria.

Certifica la condición sanitaria en la que se encuentra la mercancía exportada. Suele ser obligatorio, en los países que su legislación tienen previsto que a la mercadería le acompañe el mencionado certificado, sin embargo no se hace en ningún caso para las plantas ni animales vivos, ya que en los vegetales la autoridad competente son los servicios Fitosanitarios, y para los animales y productos animales la autoridad competente son los Servicios de sanidad Animal (Veterinario) ambos dependientes del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Lo solicita el exportador o productor, que puede o no ser el Exportador. Las diferentes Consejerías Sanitarias, que lo emiten al estar transferidas las competencias en este campo, a las Comunidades Autónoma.

Es un documento exigido por el comprador y solicitado por el Exportador a las Autoridades Sanitarias competentes.

Los productos se someterán a uno o varios de los siguientes controles:

- Control documental.
- Control de identidad.
- Control físico.

Gráfico 47: Certificado Sanitario



Fuente: SENAE

Lista de empaque

Lista de empaque (Packing List en inglés) es un documento elaborado por el exportador que le permite al dueño de la mercancía identificar perfectamente el producto que va a recibir; para lograr esto es necesario un empaque cuidadoso que coincida con lo detalla en la factura.

La lista de empaque es un documento muy importante en el caso de un reclamo ya que le permitirá al exportador identificar perfectamente el lote de producción con que tuvo inconveniente el cliente en el exterior.

La información que contendrá la lista de empaque es:

- Datos completos del exportador
- Datos completos del consignatario
- La cantidad total del producto exportado ya sean cajas, bandejas, bultos, pallets o el tipo de embalaje que se utilice
- La cantidad de artículos en cada una de las cajas, bandejas o de dentro del tipo de embalaje utilizado.
- Los números, marcas y símbolos que identifiquen a las mercancías
- Peso bruto y neto de la mercancía
- Detalle de lotes producidos.

Gráfico 48: Lista de empaque

PACKING LIST				
SELLER/EXPORTER (Name, Full Address, Country)		Invoice Date and Number		Customer Order Number
PAKING/EXPORTER WORKING NAME		Other References		
BUYER/IMPORTER (Name, Full Address, Country)		Buyer's Order and Contract		
Type of Packing		Terms and Conditions of Delivery and Payment (Incoterms)		
Final Destination		FOB VALUE (Letters)		
Country of Origin		Country of Sale		
Marks and Numbers		GROSS WEIGHT		
Container, Commodity, Description, and Country of Manufacture		Quantity	Unit of Measure	Net Weight
TOTAL				

Fuente: SENAE

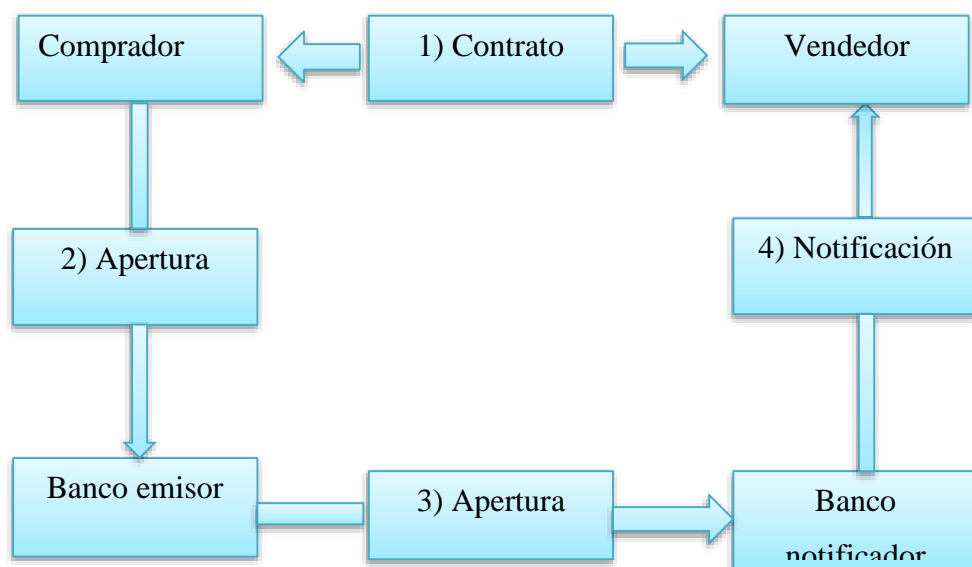
Forma de pago

Carta de crédito

Promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo y transferible. (PROEcuador)

Es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante carta de crédito y no conoce al cliente, exija que la carta de crédito documentaria sea irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos.

Gráfico 49: Flujograma carta de crédito



Fuente: Banco Central
Autora: Katherine Aldás

Tipo de carga

Las hojuelas de las papas será producido y empacado en fundas laminadas de polipropileno, la presentación de exportación será de 150gr netos, unidad de manejo será la caja que lleva 24 unidades.

Al tener dicho empaque el tiempo de caducidad es de 6 meses a partir de la fecha de producción, por estas características se puede determinar que el tipo de carga es seca, es decir no necesita refrigeración para su transporte.

Embalaje y carga

El producto será empacado en cajas de cartón, cada caja contendrá 24 unidades de fundas de papas. Las dimensiones de la caja son las siguientes

Dimensiones: 35*24*32 cm

Capacidad: 24 Unidades

Total de cajas: 756 cajas

El producto será enviado en un contenedor de 20 pies, la preferencia de los clientes de España es recibir la carga en pallets de madera.



Los pallets de madera cumplirán con los requerimientos de la Aduana de España, por lo tanto los pallets serán sometidos a un tratamiento de fumigación, los pallets contienen un sello que certifica que fueron tratados. La asociación de productores del rubro papa CONPAPA AGROPAPA cuenta con los pallets.

Las dimensiones: 122*102 cm

Capacidad: 84 cajas x pallet



En el contenedor de 20 pies se embarcarán el total de 9 pallets distribuido de la siguiente manera:

9 pallets de 84 cajas

Las dimensiones internas del contenedor son:

Longitud: 5.902m Ancho: 2.350 Alto: 2.392 Capacidad: 9 pallets



Generalidades y tendencias de empaqueo y embalaje para exportar a España

El etiquetado de los productos es obligatorio y proviene directamente de dos derechos del consumidor: Derecho a la seguridad y derecho a la información. Una de las funciones más importantes del etiquetado es identificar el responsable del producto, que puede ser el fabricante, el distribuidor, el vendedor, el importador o incluso el marquista.

Datos generales de la etiqueta

En las etiquetas siempre debe constar:

- El nombre genérico del producto.
- La identificación del responsable del producto, es decir, los datos del fabricante, distribuidor, vendedor, importador o marquista, es un requisito necesario para saber a quién se puede reclamar.
- Las instrucciones de uso y la advertencia de riesgos previsibles.
- El etiquetado alimentario.

La etiqueta de los productos alimentarios debe estar presente en el envase y no debe inducir a error al consumidor. Los datos de las características del producto, el origen, la composición, la forma de obtención y la caducidad deben ser muy claros. No se permite atribuir al producto alimentario propiedades que no tengan, de tipo terapéutico (salvo algunas excepciones), ni destacar propiedades especiales si todos los productos de su tipo las tienen.

La etiqueta de los productos alimentarios debe indicar, como mínimo:

- La denominación de venta del producto.
- Los ingredientes y el peso que tienen en el producto, en orden decreciente.
- El porcentaje de alcohol, si su volumen supera el 1,2% La fecha de duración mínima o fecha de caducidad de los productos muy perecederos.
- El peso o la cantidad neta en la mayoría de productos envasados (l, cl, ml, kg, g...).
- Las condiciones de obtención y de tratamiento del producto (si contiene ingredientes modificados genéticamente o irradiados, productos envasados en atmósfera protectora.
- Las condiciones especiales de conservación y utilización.

- La manera de consumir el producto.
- La identificación del lote del producto.
- El país de origen del producto cuando sea de fuera de la Unión Europea.
- La identificación de la empresa (nombre, razón social o denominación del fabricante o envasador) o el de un vendedor establecido en la Unión Europea con su domicilio.
- En algunos productos, como la fruta envasada, debe indicarse el número de registro sanitario del envasador.

El código de los aditivos, actualmente no es necesario incluir el nombre completo de los aditivos, pero próximamente existirá la obligación de detallar las sustancias que puedan ser perjudiciales para determinadas enfermedades o alergias de los consumidores (azúcar, gluten, etc.) (PROECUADOR, 2011)

4.3.3.5 Transporte interno

El transporte interno desde la planta de producción que está ubicada en el cantón Cevallos de la provincia de Tungurahua desde ese punto se realizará a través de los transportes ELITE CIA LTDA, compañía que ofrece el servicio de carga a nivel nacional.

Tabla 20: Costo transporte interno

DETALLE	COSTO
Transporte contenedor – Guayaquil	830.00

Fuente: ELITE CIA LTDA

Autor: Katherine Aldás

4.3.3.6 Gastos en el Puerto Marítimo

Los contenedores cargados que ingresan al puerto marítimo en Guayaquil están sujetos a cancelar valores por recepción y despacho de contenedores, porteo o manipuleo en el terminal y almacenaje cuando exceden los cinco días libres que se otorga a la carga de exportación, se estima que los contenedores ingresen dentro de los cinco días libres para no cancelar el valor por almacenaje.

El puerto de Guayaquil está manejando por la empresa, Contecón y es el modulo al que ingresarán los contenedores cargados, los costos por estos gastos son:

Tabla 21: Gastos en el Puerto Marítimo

Detalle	Costo
Porteo de contenedores	40.98
Recepción de contenedores de exportación	35.13
Almacenaje de contenedores hasta 10 días	3.26

Fuente: Contecón Guayaquil

Autora: Katherine Aldás

4.3.3.7 Logística de salida

Fase de pre embarque

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

Los principales datos que se consignaran en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignatario.
- Destino de la carga
- Cantidades.
- Peso.
- Demás datos relativos a la mercancía.

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

Gráfico 50 Documentos de acompañamiento



Fuente: SENA E

Fase de post-embarque

Regularizar Declaraciones Aduanas de Exportaciones: Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40).

Una vez que se realiza este registro la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder contemplar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:

Gráfico 51: Post embarque



Fuente: SENA E

- **Trasporte Internacional**

El transporte internacional se lo realizará desde el Puerto de Guayaquil hasta el puerto de Valencia, para esto se utilizará los servicios de la naviera Hamburg Sud quienes ofrecen el mejor flete marítimo hasta el puerto de destino, el mismo que será asumido por el consignatario por ser un embarque en termino FOB.

El tiempo de tránsito aproximado es de 26 a 30 días. Las empresas marítimas se encargan de cobrar rubros por el manipuleo de la carga o más conocido como el terminal Handling, este es un gasto que lo asume el exportador; adicional a este cargo también cobran por los sellos que se colocan en el contenedor, a continuación el detalle de los gastos que la naviera cobra:

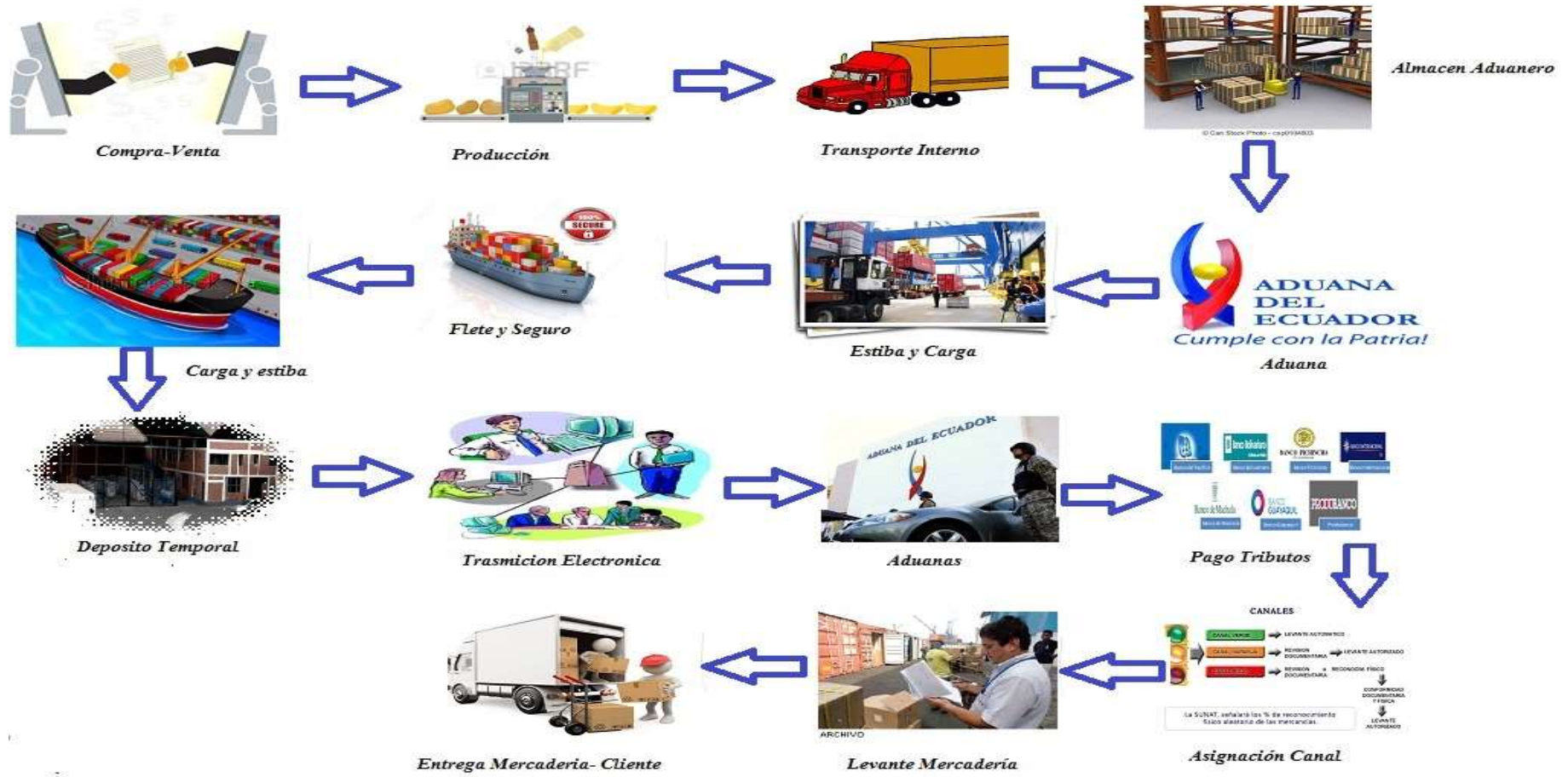
Tabla 22: Costo por manipuleo contenedor y sellos

Detalle	Costo
Terminal Handling	150.00
Sellos	15.00

Fuente: Hamburg Sud

Autora: Katherine Aldás

Gráfico 52: Proceso de exportación



4.3.4 FASE IV: Estudio Financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa

Centro de costos, también denominado Unidad de Producción consiste en la agrupación física o funcional del proceso o procesos de producción donde se puede asignar de manera independiente y claramente definida los insumos requeridos para la generación de un de la gama de productos.

4.3.4.1 Costos de producción

Los costos de producción para la elaboración de Snacks de papas consiste en:

- ✓ Costo de Materia Prima
- ✓ Costo de Mano de obra
- ✓ Costo de CIF

4.3.4.1.1 Costo de materia prima directa

Se define como materia prima directa a todos los elementos que se incluyen en la elaboración del producto.

Tabla 23: Costo de MPD

Descripción	Presentación	Precio/unidad	Requerimiento	Valor anual
Papas	Sacos 50 kg	18,00	888,00	15984
Aceite de Girasol	Caneca de 20 L	65,00	480,00	31200
Sal refinada	Sacos 45 kg	25,00	600,48	15012
		TOTAL		62196
		C/U * funda 150gr		0,215958333

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.1.2 Costo mano de obra directa

Es aquella que se involucra de forma directa en la fabricación del producto terminado.

Tabla 24: Costo de MOD

Personal	Valor Mensual \$	XV SUELDO	XIII SUELDO	IESS 12,15	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	Valor Anual
Operario	400	30,67	33,33	48,60	33,33	545,93	6551,20
Operario	450	30,67	37,50	54,68	37,50	610,34	7324,10
					TOTAL		13875,3
					C/U * funda 150gr		0,04817813

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.1.3 Costos indirectas de fabricación

Los CIF son costos que se utilizan dentro de la elaboración de producto pero de manera indirecta, los costos que se mencionan a continuación es el total en relación a las unidades producidas y distribuidas en relación a centro de costos.

Tabla 25: Costo Materiales

Descripción	Unidades	Cantidad	Costos Unitario	Valor Total Anual
Fundas	Unidades	5641	12	67692
Guantes	Ciento	3	4	12
Mandiles	Unidad	4	15	60
Uniformes	Unidad	4	10	40
Mascarillas desechables	Cajas de 20 u	3	12,5	37,5
		TOTAL		67841,5

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 26: Costo MOD

Personal	Valor Mensual \$	XV SUELDO	XIII SUELDO	IESS 12,15	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	Valor Anual
Ingeniero de Producción	600	30,67	50,00	72,90	50,00	803,57	9642,80
Control de Calidad	500	30,67	41,67	60,75		633,08	7597,00
					TOTAL		17239,8

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 27: Depreciación

Activo	Costos	Vida Útil	Valor Residual	Depreciación Anual	Producción 5%	Administración 3%	Ventas 2%
Maquinaria	15300	10	1530	1377	688,50	413,1	275,4
Puesta en Marcha	765	5	153	122,4	61,20	36,72	24,48
Vehículo	29900	5	5998	4780,4	2390,20	1434,12	956,08
Equipo de Oficina	2820	5	564	451,2	225,60	135,36	90,24
					3365,50	2019,3	1346,2
	TOTAL			6731	6731,00		

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 28: Servicios

Suministros	Unidad	Cantidad Mensual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Energía Eléctrica	Kwh	2000	0,08	160	1920
Agua Potable	Mt·	1265	0,45	569,25	6831
Servicio Telefónico	Min	100	0,08	8	96
Combustible	Galon	50	1,15	57,5	690
Internet	Megasil	12	35	420	5040
		TOTAL			14577

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 29: Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Costo	Porcentaje
MOD	17239,8	17%
MPI	67841,5	66%
Depreciación Anual	3365,5	3%
Suministros	14577	14%
TOTAL	103023,8	100%
C/U * funda 150gr	0,357721528	

Fuente: Tabla 25,26,27,28.

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.2 Gastos Administrativos

Son aquellos que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en la oficina y por causa del personal administrativo.

Tabla 30: Salario personal Administrativo

Personal	Valor Mensual \$	XV SUELDO	XIII SUELDO	IESS 12,15	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	Valor Anual
Gerente General	1000	30,67	83,33	121,5	83,33	1318,83	15826
Secretaria	425	30,67	35,42		35,42	526,5	6318
Contador	800	30,67	66,67	97,2	66,67	1061,2	12734,4
					TOTAL		34878,4

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 31: Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tijera	5	1,5	7,5
Perforadora	5	1,25	6,25
Saca Grapas	5	0,75	3,75
Resmas Papel Bond	20	3	60
Carpetas	20	0,55	11
Caja de Esferos	7	4	28
Otros		50	50
TOTAL			166,5

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 32: Gastos Administrativos

Descripción	Valor total	Porcentaje
Suministros de Oficina	166,5	0%
Salarios	34878,4	94%
Depreciación Anual	2019,3	5%
TOTAL	37064,2	100%
C/U * funda 150gr	0,12869514	

Fuente: Tabla 27, 31,30

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.3 Gasto de Ventas

Son originados por las ventas o que se hacen para el fomento de estas, tales como: comisiones de agentes de ventas.

Tabla 33: Salario de Personal de ventas

Personal	Valor Mensual \$	XV SUELDO	XIII SUELDO	IESS 12,15	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	Valor Anual
Vendedor 1	600	30,67	50,00	72,90		753,57	9042,80
Marketero	650	30,67	54,17	78,98	54,17	867,98	10415,70
Vendedor 2	600	30,67	50,00	72,90		753,57	9042,80
					TOTAL		28501,30

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 34: Publicidad y Promoción

Descripción	Tiempo	Valor mensual	Valor Total
Publicidad	12	250	3000
TOTAL			3000

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

Tabla 35: Gasto de Ventas

Descripción	Valor total	Porcentaje
Salarios	28501,30	90%
Publicidad	3000,00	10%
TOTAL	31501,3	100%
C/U * funda 150gr	0,10937951	

Fuente: Tabla 34,33

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.4 Costo unitario

Tabla 36: Costos Unitario

Descripción	Valor por funda de 150 gr	Valor para Exportar 72576 Anual
MPD (materia prima directa)	0,215958333	15673,392
MOD(mano de obra directa)	0,048178125	3496,5756
CIF (costos indirectos de fabricación)	0,357721528	25961,998
Gastos Administrativos	0,128695139	9340,1784
Gastos de Venta	0,109379514	7938,3276
Total de Costos	0,859932639	62410,4712

Fuente: Tabla 23, 24, 29, 32,35

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.5 Gastos de exportación

Son todos los gastos incurridos en la exportación de la mercadería, hasta el momento en que se hayan pactado con el vendedor y comprador.

Tabla 37: Gasto de Exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN	COSTO (USD)
Transporte interno	830.00
Porteo de contenedores	40.98
Recepción de contenedores de exportación	35.13
Almacenaje de contenedores hasta 10 días	3.26
Terminal Handling	150.00
Sellos	15.00
Documentos de exportación	35.00
Antinarcóticos	100.00
Arriendo del contenedor	60.00
Notificación pre embarque	10.00
Carga muelle -plataforma	20.00
B/L	30.00
Palatización	96.00
TOTAL	1181,00
TOTAL ANUAL	4724,00
C/U exportada funda 150gr	0,065090388

Fuente: CONPAPA

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.6 Precio de venta

Tabla 38: Precio de Venta

FOB Unitario	0,85993264
Gastos de exportación	0,06509039
(=) EXW	0,92502303
Gastos de Producción e inversión	45131,9652
(+) 30% utilidad de producto	0,23125576
(=) Precio de venta USD	1,15627878
Exportación de 150 gr anual	<i>72576</i>
Venta Total (USD)	83918,09
Valor del Euro	0,88425
Valor de venta Unitario (€)	1,02 €
TOTAL DE VENTA (€)	74.204,57 €

Fuente: Tabla 36, 37

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.7 Flujo de caja

Es un informe financiero que se presenta un detalle de flujo de ingresos y egresos de dinero que tiene la empresa en un periodo dado, para la proyección de los 5 años se toma en cuenta la inflación del 2015 el cual fue de 3,38%.

Tabla 39: Flujo de Caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
- INVERSIÓN	-45131,9652					
+ VENTAS		83918,09	86435,6317	89028,7006	91699,5616	94450,5485
- GASTOS DE PRODUCCION		-45131,97	-46485,9242	-47880,5019	-49316,9169	-50796,4244
- GASTOS DE ADMINISTRACION		-9340,18	-9620,38375	-9908,99526	-10206,2651	-10512,4531
- GASTOS DE VENTA		-7938,33	-8176,47743	-8421,77175	-8674,4249	-8934,65765
=UTILIDAD NETA		21507,6	22152,8	22817,4	23502,0	24207,0

Fuente: Tabla 38

Autora: Katherine Aldás

4.3.4.8 Evaluación financiera

Permite medir el valor financiero del proyecto considerando el costo del capital financiero y el aporte de los accionistas o socios, permitiendo comparar los beneficios que genera el presente proyecto.

4.3.4.8.1 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcula el valor de todos los flujos futuros de caja proyectadas a partir del primer periodo de operación y se le resta la inversión inicial total expresada en el momento cero.

Para obtener el VAN se debe considerar una tasa de descuento que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir en otro proyecto o inversión, de tal forma que debido a todas estas variables políticas y económicas que maneja el Ecuador se analiza la factibilidad con un costo de oportunidad del 8.71% y 10.21% trimestral por lo cual se considerando que son las tasas de interés activa mínima y máxima.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$$VAN_1 = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+i)^n} - I$$

I: Inversión Inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto.

V_t: representa los flujos de caja en cada periodo t.

1: Constante.

i: Tasa de Interés.

n: Número de periodos.

VAN 1

$$VAN_1 = -45131.97 + \left(\frac{21507.60}{(1+0.0871)^1} \right) + \left(\frac{22152.80}{(1+0.0871)^2} \right) + \left(\frac{22817.40}{(1+0.0871)^3} \right) \\ + \left(\frac{23502.00}{(1+0.0871)^4} \right) + \left(\frac{24207.00}{(1+0.0871)^5} \right)$$

$$VAN_1 = 43929.90 \text{ Anual}$$

VAN 2

$$VAN_2 = -45131.97 + \left(\frac{21507.60}{(1 + 0.1021)^1} \right) + \left(\frac{22152.80}{(1 + 0.1021)^2} \right) + \left(\frac{22817.40}{(1 + 0.1021)^3} \right) \\ + \left(\frac{23502.00}{(1 + 0.1021)^4} \right) + \left(\frac{24207.00}{(1 + 0.1021)^5} \right)$$

$$VAN_2 = 40485.00 \text{ Anual}$$

4.3.4.8.2 Tasa Internas de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno se utiliza habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, mas deseable será llevar a cabo el proyecto.

$$TIR = i_2 - \left[VAN_2 \left\{ \frac{(i_2 - i_1)}{VAN_2 - VAN_1} \right\} \right]$$

i2: Tasa de interés maxima (8.71%) anual

i1: tasa de interés minima (10.21%) anual

VAN 1: Valor actual neto obtenido con i1.

VAN 2: Valor actual neto obtenido con i2.

$$TIR = 0,1021 - \left[40485.00 \left\{ \frac{(0,1021 - 0,0871)}{40485.00 - 43929.90} \right\} \right]$$

$$TIR = (0,30 * 100)$$

$$TIR = 30\% \text{ Anual}$$

4.3.4.8.3 Relación costo beneficio (RC/B)

“La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN1}{C} \right]$$

VN: Ventas Netas.

VAN1: Valor Actual Neto.

C: Inversión.

$$RB/C = \left[\frac{83918.09 + 43929.90}{45131.97} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = \mathbf{1.83 \text{ Anual}}$$

Los resultados obtenidos en relación costos beneficio nos permite ver que por cada dólar invertido ganamos .83 centavos

$$RB/C = \left[\frac{83918.09 + 40485.00}{45131.97} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = \mathbf{1.76 \text{ Anual}}$$

Los resultados obtenidos en relación costos beneficio con VAN 2 nos permite ver que por cada dólar invertido ganamos .76 centavos, es así que el proyecto generara riqueza a la empresa y por ende un beneficio social.

Recuperación de inversión

Tabla 40: Recuperación de la inversión

Inversión Inicial		45131.97
Flujo de Fondos		-43.660,40
Año 1	21507.60	
Año 2	22152.80	
		1.471,57
Año 3		22817.4

Fuente: Tabla 39

Autora: Katherine Aldás

Valor **Periodo**
22817.40 360 d = 21 días
1471.53

La inversión se recuperara dentro en 2 años 21 días del proyecto

Tabla 41: Evaluación financiera

VAN 1	43929.90
VAN 2	40485.00
TIR	30% anual
RB/C 1	1,83
RB/C 2	1,76
Periodo de Recuperación	2 años 21 días.

Fuente: Evaluación financiera

Autora: Katherine Aldás

Tabla 42: Cuadro comparativo de cambios Esperados

Situación Actual	Cambio Esperado
Empaque ordinario	Diseño de un nuevo empaque de acuerdo a la calidad del producto
Empresa empírica	Empresa constituida con departamento especializado en comercio exterior.
Poco empleados	Capacidad para contratar gente, mejorando la calidad de vida tanto de los clientes externos como internos.
Comercialización Nacional	Exportar a nivel Internacional, oportunidad de crecimiento empresarial, ayudar al plan de la matriz productiva.
Subutilización de la capacidad productiva	Utilizar la maquinaria al 100 % de su capacidad, generando oportunidades de incrementar sus ingresos.
Dirección de costos de manera aleatoria	Distribución de Costos de manera equitativa
Desperdicio al Vender la MP a terceros	Utilizar la Materia Prima dentro de la propia empresa.

Fuente: Investigación

Autora: Katherine Aldás

CONCLUSIONES

- La falta de implementación de un manual de exportación genera un desconocimiento en los procesos de exportación y no permite que la Asociación entre de una manera directa a comercializar su producto en mercados internacionales a pesar de que cuenta con una excelente materia prima y mano de obra para la producción.
- La elaboración del presente manual logístico de exportación permitirá a la empresa tener una guía para poder exportar, ya que los conocimientos de los mismos que posee AGROPAPA son nulos, el cual ha generado dudas en los socios al momento de invertir su dinero para incrementar su producción y así cumplir los requerimientos del mercado internacional de Snacks.
- Las perspectivas de la Asociación respecto a la posibilidad de exportar los Snacks de papas nativas al mercado español son viables ya que es un producto orgánico de excelente calidad con un valor nutritivo aceptado por el mercado español, además puede competir con otros productos ya posicionados en ese mercado.
- La exportación de los Snacks de papa nativa, beneficiará directamente a los pequeños agricultores de la provincia, generando grandes producciones agrícolas de este tubérculo, e incrementando sus ingresos, generando Asociatividad, y trabajo en equipo.
- La asociación realiza ferias nacionales para dar a conocer el nuevo producto como son los snacks de papas nativas informando del valor nutritivo que poseen.

RECOMENDACIONES

Establecidas las conclusiones es bueno recomendar que:

- Se debe dar a conocer a todos los departamento involucrados en el proceso logístico de exportación su respectivo manual ya que permitirá a la Asociación de productores Agrícolas del rubro papa CONPAPA “AGROPAPA” tener una claridad de cómo fluyen los procesos al momento de exportar.
- Es necesario realizar talleres y conferencias con todos los socios de cómo se realizan las exportaciones para que tengan una visión clara que al momento de relacionarse con otros países se está generando fuentes de empleo y utilidades para la empresa.
- Buscar nuevos mercados que adquieran productos orgánicos el cual ayudara a la Asociación a seguir creciendo y ser reconocida a nivel internacional por la calidad del producto.
- Se deberán hacer alianzas estratégicas orientadas a disminuir costos y maximizar sus ganancias para lograr el éxito es necesario la unión de fuerzas entre los productores y Asociados.
- La asociación debe realizar ferias internacionales para promocionar los snacks de papas nativas con su valor nutritivo que poseen abriendo nuevos mercados y clientes potenciales.

ANEXOS



Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Administración de Empresas

Ingeniería Financiera y Comercio Exterior

Encuesta

Objetivo: Conocer su opinión acerca de la exportación de los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo) que se va a realizar desde la Asociación de productores del Rubro papa CONPAPA AGROPAPA de la ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua.

Preguntas:

1. ¿Tiene conocimientos de cómo se realiza una exportación?

Si

No

2. ¿Usted como socio de la Empresa está de acuerdo que se exporte los Snacks de papas nativas (Puca Shungo y Yana Shungo).?

Si

No

¿Por qué?

3. ¿Cree usted que los Snacks de papas nativas sean aceptados en mercados extranjeros?

Si

No

4. ¿Qué características poseen los Snacks de papas nativas a diferencia de otros productos similares?

Color y Sabor

Sabor y Olor

Textura y color

Olor y textura

Otros.....

5. ¿Cree usted que la Asociación tiene la capacidad tecnológica para realizar exportaciones?

Si

No

¿Porque?.....

6. ¿Usted tiene conocimiento de que se trata un manual?

Si

No

7. ¿Considera usted que la Asociación necesita la ayuda de un manual para exportar?

Si

No

Anexo 2: RUC

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NUMERO RUC: 1891757189001

RAZON SOCIAL: ASOCIACION DE PRODUCTORES AGRICOLAS DEL RUBRO PAPA
CONPAPA AGROPAPA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO** ABIERTO **MATRIZ** **FEC. INICIO ACT.** 11/08/2014

NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**

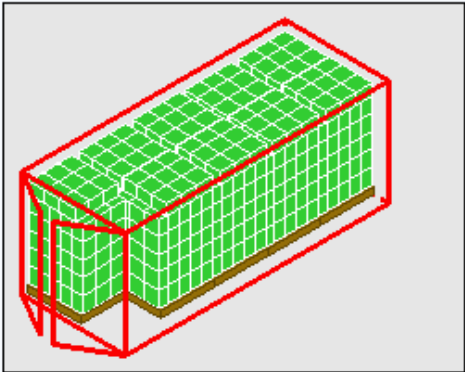
ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

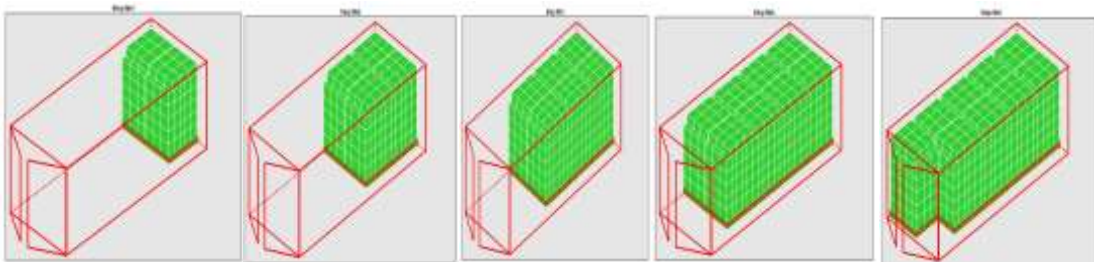
PRODUCCION DE SEMILLAS DE PAPAS
VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE ABONOS E INSUMOS AGRICOLAS
CULTIVO DE PAPAS
ACTIVIDADES DE CAPACITACION

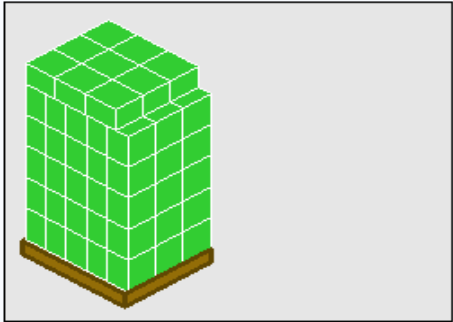
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: PISHILATA Calle: AV. EL CONDOR Número: S/N Intersección: BATALLA DE TARQUI Referencia: FRENTE AL MERCADO MAYORISTA, CASA DE DOS PISOS, COLOR BEIGE Telefono Trabajo: 032408080 Email: luis.agro1981@hotmail.com Celular: 0994013280

Anexo 3: Ubicación Contenedor

Containers	Cargo packing
<p>All containers:</p> <p>20' dv: 1 units</p>	<p>Total: 756 packages. Packed: 756 packages. (100%)</p>
	<p>Container №1 (20' dv 1 units)</p> <p>Packed: 756 packages: (100%). Including: ■ Cargo1 - 756packages(100%)</p> <p>Cargo volume: 20.32 m³ (61% of volume)</p> <p>Cargo weight: 2721.6 kg. (10% of max payload)</p> <p>Show packing by blocks Show packing step by step Show pallet loading images</p>



Pallets	Cargo packing
	<p>Pallet quantity in container: 9 packages</p> <p>On the pallet: Cargo Cargo1 - 84 packages</p> <p>Cargo volume: 2.26 m³ (94% pallet volume)</p> <p>Cargo weight: 302.4 kr. (40% pallet payload)</p> <p>Show pallet loading by blocks Show pallet loading step by step</p>

Anexo 4: Cuadro comparativo de precios

CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS

 <p>YAPU Snacks 1.02€ Bolsa de 150 g</p>		
 <p>Patatas finisimas LAY'S Gourmet € bolsa 180g</p>	 <p>Patata yorkeso RUFFLES 1.32 € Bolsa 170g</p>	 <p>Patatas en aceite de oliva SARRIE 2.37 € bolsa 150g</p>

Podemos realizar una comparación de precios de las diferentes patatas que se expenden en el mercado Español, se puede observar que los snacks de papa nativas (Puca shungo y Yana shungo) YAPU SNACKS tiene un precio competitivo.

Además cuenta con un valor nutricional excelente ya que la materia prima es de calidad y su procesamiento es realizado cumpliendo con todas las normas de calidad que obliga el mercado Español.

BIBLIOGRAFÍA

Lopez, I. G. (2009). Gestion del comercio exterior de la empresa. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Ramírez, A. C. (2015). Logística Comercial Internacional. Colombia- Baranquilla : ECOE EDICIONES.

Torres, M. G. (2006). Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos. Mexico D.F: Panorama editorial S.A de C.V.

ICART ISERN, (2006). Elaboración y presentación de un proyecto de Investigación y una Tesina. Barcelona: universitat de barcelona.

INTERNET

Asamblea Constituyente. (2008). Fundamentacion legal. Obtenido de: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

BNE. (2015). Geografica de Madrid - España Obtenido de : <http://www.bne.es/es/Catalogos/BibliotecaDigitalHispanica/Inicio/index.html>

Codigo Organico de la produccion comercio e inversiones. (2010). Fomento a la exportación Obtenido de: http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf

Cóndor, E. (2013). Tipos de cargas Obtenido de: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-carga>

González, P. D. (2013). Medios de transporte Obtenido de: http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf

INIAP. (2005). papas nativas Obtenido de: <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Las%20papa%20nativas%20en%20e1%20Ecuador..pdf>

Monteros C, M. C. (2006). Variedades de papas Obtenido de: <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Biodiversidad%20y%20oportunidade%20de%20mercado%20para%20las%20papas%20nativas%20del%20Ecuador..pdf>

Nielsen. (2014). Las ventajas de los snacks a nivel Global Obtenido de: <http://www.nielsen.com/ec/es/press-room/2014/ventas-globales-snacks.html>

PROECUADOR. (s.f.). Forma de pago Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/11/PPTFI1-GUIA-DEL-EXPORTADOR-JULIO-4-2013.pdf>

PROECUADOR. (2011). Formas de empaquetar el producto Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-ESPANA.pdf>

Proecuador. (2014). Mercado nacional de snacks Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-snacks-de-sal-2014/>

Proecuador. (2014). Exportacion de snacks Obtenido de: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2014/12/PROEC_AS2014_SNACKS.pdf

Proecuador. (2014). Destino de las exportaciones Obtenido de: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2014/12/PROEC_AS2014_SNACKS.pdf

PROECUADOR. (2014). Ubicacion geografica España Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-espana-2014/>

PROECUADOR. (2014). Logística de España Obtenido de: http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2014_espana/

Proecuador. (2015). Definiciones Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/glosario/#z>

PROECUADOR. (2015). Produccion de snacks en España Obtenido de: http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/11/PROEC_PPM2015_SNACKS_ESPA%C3%91A.pdf

PROECUADOR. (2015). Certificado de origen Obtenido de:
<http://www.proecuador.gob.ec/glossary/certificado-de-origen/>

Senae. (2015). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Incoterms Obtenido de:
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/121-que-son-incoterms-2010>

Senae, S. N. (2012). Exportacion Obtenido de:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

SENPLADES. (2013-2017). Plan nacional del buen vivir. Obtenido de
<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Telégrafo, E. (enero de 2012).Las papas nativas en el ecuador Obtenido de:
<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/las-papas-nativas-salen-al-mercado-a-traves-del-iniap.html>

Ventura, S. (2015). Funcion de comercio exterior Obtenido de:
<http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>