



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE PAPA PRE-FRITA CONGELADA DE LA COOPERATIVA DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS BASADOS EN EL RUBRO DE LA PAPA “CONPAPA CHIMBORAZO” UBICADO EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO HACIA EL MERCADO FRANCIA - PARÍS, PERIODO 2016.”

AUTORA:

LOURDES MORAIMA DUCHI USHCA

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Lourdes Moraima Duchi Ushca, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
DIRECTOR TRIBUNAL

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández
MIEMBRO TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **LOURDES MORAIMA DUCHI USHCA**, 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 autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba 3 de marzo de 2017

.....
LOURDES MORAIMA DUCHI USHCA
C.C. 060413787-7

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mi Dios por haberme dado la vida y proveerme de bendiciones en cada momento, que ha fortalecido para seguir luchando por mis sueños. En especial a mi padre a mi madre aunque no esté presente físicamente siempre está en nuestros corazones, a mis hermanas y hermano aunque en la mayoría de las veces parece que estuviéramos en una batalla, hay momentos en los que la guerra cesa y nos unimos para lograr nuestros objetivos. Gracias por no solo ayudarme en gran manera a concluir esta etapa más de mi vida, sino por todos los bonitos momentos que pasamos en el proceso.

LOURDES MORAIMA DUCHI USHCA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza para alcanzar unas de mis metas trazadas, a mis padres a mis hermanas, y a mi hermanos quienes me brindaron su apoyo incondicional en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar, a la ESPOCH por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional, y en especial a mi tutor y miembro de la tesis quienes con sus conocimientos, y paciencia me han ayudado cumplir este sueño.

LOURDES MORAIMA DUCHI USHCA

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de imágenes.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1. Formulación Del Problema.....	2
1.1.2. Delimitación Del Problema	3
1.2. JUSTIFICACIÓN	3
1.3. OBJETIVOS	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	5
2.1.1. Antecedentes De Investigación Anteriores.....	5
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1. Globalización	8
2.2.2. Proyecto De Investigación	8
2.2.3. Que Es Exportar.....	11
2.2.4. Proyecto De Exportación	12
2.2.5. Proceso De Exportación.....	13
2.2.6. Comercio Bilateral Entre Ecuador Y La Unión Europea	13
2.2.7. Análisis Situacional	14

2.2.8.	Producción De Papas	14
2.2.9.	Papas Pre Fritas Congeladas	15
2.2.10.	Crecimiento De La Demanda Y Comercio Internacional De Papa Pre Frita Congelada.	15
2.2.11.	Proceso De Elaboración De Papa Pre Frita Congelada	16
2.2.12.	Estudio Técnico	18
2.2.13.	Estudio Financiero	18
2.2.14.	Estudio De La Demanda	18
2.2.15.	Estudio De La Oferta	19
2.2.16.	Logística Y Transporte Internacional	19
2.3.	MARCO CONCEPTUAL	20
2.3.1.	Exportación.....	20
2.3.2.	Control Aduanero	20
2.3.3.	Factura Comercial.....	20
2.3.4.	Arancel.....	20
2.3.5.	Certificado De Origen.....	21
2.3.6.	Mercado	21
2.3.7.	Incoterms	22
2.3.8.	Demanda	22
2.3.9.	Oferta	22
2.3.10.	Aforo.....	23
2.3.11.	Agente De Carga De Exportaciones	23
2.3.12.	Carga.....	23
2.3.13.	Control Aduanero	23
2.3.14.	Despacho Aduanero.....	23
2.3.15.	Declarante	24
2.3.16.	Manifiesto De Carga.....	24
2.3.17.	Mercancía Nacional	24
2.3.18.	Operaciones Aduaneras	24
2.3.19.	Operador De Comercio Exterior.....	24
2.3.20.	Facilidades De Pago.....	25
2.4.	MARCO LEGAL.....	25
2.4.1.	Base Legal De La Empresa.....	26
2.4.2.	Constitución Del Ecuador	26

2.4.3.	Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversión (COPCI).....	26
2.4.4.	Plan Nacional Del Ben Vivir	27
2.5.	IDEA A DEFENDER	27
2.6.	VARIABLES	27
2.6.1.	Variable Dependiente	27
2.6.2.	Variable Independiente	27
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		28
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.2.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	28
3.2.1.	Método Inductivo.....	28
3.2.2.	Método Deductivo	28
3.2.3.	Histórico.....	29
3.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	29
3.3.1.	Bibliográfica-Documental	29
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	29
3.4.1.	Población	29
3.4.2.	Muestra	29
3.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	30
3.5.1.	Técnicas	30
3.5.2.	Instrumentos.....	31
3.6.	TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO PARA EL ANÁLISIS	31
3.7.	PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	33
3.7.1.	Encuesta Dirigida A Los Socios De La Cooperativa De Productores Agropecuarios Basados En El Rubro De La Papa Conpapa Chimborazo.....	33
3.8.	ESTUDIO DE MERCADO	41
3.8.1.	Francia Información General	41
3.8.2.	Características De La Población	43
3.8.3.	Acceso.....	43
3.8.4.	Segmentación De Mercado.....	45
3.8.5.	Análisis Y Proyección De La Demanda Y Oferta	50
3.8.6.	Socio Comercial.....	55
3.8.7.	Canales De Distribución	56
3.8.8.	Marketing.....	56
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		59

4.1.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	59
4.1.1.	Reseña Histórica	59
4.1.2.	Misión	59
4.1.3.	Visión.....	60
4.1.4.	Valores	60
4.1.5.	Organigrama De La Cooperativa	61
4.1.6.	Objetivo De La Propuesta.....	61
4.1.7.	Finalidad De CONPAPA Chimborazo	61
4.1.8.	Imagen Corporativa	62
4.1.9.	Análisis Del Mercado Importador	62
4.1.10.	Marketing Y Comercialización.....	65
4.2.	ESTUDIO TÉCNICO	70
4.2.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	70
4.2.2.	Localización.....	70
4.2.3.	Ingeniería	71
4.2.4.	Distribución De La Planta.....	72
4.3.	ESTUDIO ECONÓMICO	96
4.3.1.	Costos.....	96
4.3.2.	Inversión Total	97
4.3.3.	Depreciación	98
4.3.4.	Financiamiento.....	98
4.3.5.	Ingresos	99
4.3.6.	Estados Financieros	99
4.3.7.	Flujo Del Proyecto	101
4.4.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	102
4.4.1.	Evaluación Económica Y Financiera.....	102
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
	BIBLIOGRAFÍA	106
	ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Elaboración de un nuevo producto en CONPAPA CHIMBORAZO.....	33
Tabla 2: Exportación de papas pre-fritas congeladas	34
Tabla 3: Proceso adecuado para la elaboración de papas pre-frita congelada.....	35
Tabla 4: Riesgos que conlleva abrirse a mercados internacionales.	36
Tabla 5: Conocer las ventajas de exportar papas pre-fritas congeladas.	37
Tabla 6: Cuenta con infraestructura necesaria para la elaboración de papa pre-frita congelada.	38
Tabla 7: Tiene la maquinaria apropiada para la elaboración de papa pre-frita congelada.	39
Tabla 8: La exportación de papas pre-fritas congeladas ayudaría a mejorar en la economía.	40
Tabla 9: Clasificación psicografica.....	45
Tabla 10: Balanza Comercial Ecuador – Francia	47
Tabla 11: Principales importadores de papas.	48
Tabla 12: Principales exportadores de papas	49
Tabla 13: Demanda histórica	50
Tabla 14: Demanda actual	50
Tabla 15: Proyección de la demanda	51
Tabla 16: Cifras de la demanda proyectadas al 2020	51
Tabla 17: Consumo per-cápita al 2020	52
Tabla 18: Déficit por habitante	52
Tabla 19: Déficit Total.....	53
Tabla 20: Oferta	53
Tabla 21: Oferta proyectada	54
Tabla 22: Demanda insatisfecha	55
Tabla 23 Valor nutricional papa pre frita congelada	57
Tabla 24: Indicadores de crecimiento	64
Tabla 25: Repartición de la actividad económica por sector.	65
Tabla 26: Town Down	69
Tabla 27: Ficha técnica	81
Tabla 28: La partida arancelaria	82

Tabla 29: Costos	96
Tabla 30: Inversión total	97
Tabla 31: Depreciación	98
Tabla 32: Financiamiento	98
Tabla 33: Amortización de la deuda	98
Tabla 34: Ingresos.....	99
Tabla 35: Estado de Situación Inicial	99
Tabla 36: Estado de Pérdidas y Ganancias	100
Tabla 37 Flujo del proyecto	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°: 1 Proceso de elaboración de papa pre frita congelada.....	16
Gráfico N° 2: Elaboración de un nuevo producto en CONPAPA CHIMBORAZO.....	33
Gráfico N° 3: Exportación de papas pre-fritas congeladas.	34
Gráfico N° 4: Proceso adecuado para la elaboración de papas pre-frita congelada.....	35
Gráfico N° 5: Riesgos que conlleva abrirse a mercados internacionales	36
Gráfico N° 6: Conocer las ventajas de exportar papas pre-fitas congeladas.....	37
Gráfico N° 7: Cuenta con infraestructura necesaria para la elaboración de papa pre-frita congelada.	38
Gráfico N° 8: Tiene la maquinaria apropiada para la elaboración de papa pre-frita congelada.	39
Gráfico N° 9: La exportación de papas pre-fritas congeladas ayudaría a mejorar en la economía.....	40

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1: Paris	41
Imagen N° 2: Logotipo.....	57
Imagen N° 3: Logo.....	62
Imagen N° 4: Canal de distribución.....	66
Imagen N° 5: I-Fripapa	72
Imagen N° 6: Superchola	73
Imagen N° 7: Flujograma de procesos	74
Imagen N° 8: Almacenamiento.....	75
Imagen N° 9: Selección y Lavada.....	76
Imagen N° 10: Pelado	76
Imagen N° 11: Selección manual.....	77
Imagen N° 12: Corte	77
Imagen N° 13: Escalado.....	78
Imagen N° 14: Secado superficial.....	78
Imagen N° 15: Pre fritura.....	79
Imagen N° 16: Escurrido.....	79
Imagen N° 17: Congelamiento.....	80
Imagen N° 18: Envasado y Empacado.....	80
Imagen N° 19: Almacenamiento del producto terminado.....	81
Imagen N° 20:Incoterms	83
Imagen N° 21: Contenedor Reefer 40"	84
Imagen N° 22: Certificado digital y token	87
Imagen N° 23: Registro ECUAPASS	88
Imagen N° 24: Proceso de exportación.....	95

RESUMEN

El presente “Proyecto de exportación de papa pre-frita congelada de la Cooperativa de Productores Agropecuarios basados en el rubro de la papa “CONPAPA Chimborazo” hacia el mercado Francia – París se desarrolló con el propósito de evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera para la exportación. Ya que en la actualidad la empresa busca incursionar en nuevos mercados. Se realizó un estudio de mercado donde se pudo establecer la demanda insatisfecha los mismos que es de 30375 kilos mensuales, el cual cubrirá parte de la demanda insatisfecha. La distribución directa se dará mediante la comercialización con la empresa importadora Alhto Brests. La evaluación económica y financiera determino la rentabilidad, contando con l liquidez suficiente para cumplir con las obligaciones, donde el TIR genera una renta de 30,02%, el VAN de 722496 Se observó la capacidad instalada y localización de la planta es adecuada y la empresa debe continuar innovando la maquinaria acorde a las necesidades.

Palabras claves: PROYECTO DE FACTIBILIDAD. PROYECTO DE EXPORTACIÓN. PAPA PRE-FRITA.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
DIRECTOR TRIBUNAL

ABSTRACT

The present “Project of Exportation of frozen pre-fried potatoes of the Farmers’ Cooperative based on the potatoes expenses "CONPAPA Chimborazo" toward to France-Paris Market, which developed with the purpose to evaluate the technique, economic and financial viability for the exportation. Since in the present the company seeks to foray into new markets. It was realized a Market Study where could establish the unsatisfied claim whereby ones are 30375 kilos per month, which will cover the unsatisfied claim. The direct distribution will give through the commercialization with the importing company "Altho Brest". The economic and financial evaluation determine the profitability, counting with sufficient liquidity to fulfill with the obligations, where the Internal rate of return (IRR) generates an income of 30,02%, and the Net Present Value of 722496. It was observed the installed capacity and the plants localization is appropriate and the company has to continue innovating the machinery according its needs.

Clue Words: FEASIBILITY PROJECT, EXPORTATION PROJECT, PRE-FRIED POTATOE

INTRODUCCIÓN

La cooperativa de productores agropecuarios CONPAPA Chimborazo es una organización social, que integramos laboral y socialmente a personas con y sin discapacidad, valorando sus potencialidades y fortaleciendo la autoestima mediante la comercialización de papas de calidad.

El presente proyecto está enfocado a la comercialización de nuestras papas en el mercado francés para lo cual en la presente tesis se analizaron datos estadísticos y proyecciones para comprobar que existe una demanda insatisfecha en el mercado de París y que nuestro producto cumplirá con la satisfacción en el déficit de dicho mercado.

Este proyecto de exportación se compone de cuatro capítulos que se detalla a continuación:

En el primer capítulo se detalla una breve explicación, el planteamiento, formulación y sistematización del problema, los objetivos a alcanzar la justificación e importancia.

En el segundo capítulo detallamos el Marco teórico conceptos básicos como la exportación, la población, segmentación de mercado, identificación de la empresa, el análisis y proyección de la demanda y la oferta.

En el cuarto capítulo detallamos el marco propósito encontramos una estructura del estudio técnico, donde detallamos la información necesaria del mercado de París donde se exportara el producto, se detalla la situación geográfica.

El quinto capítulo comprende el estudio financiero del proyecto de exportación donde se detalla la determinación de la inversión, costos del proyecto, estados financieros y el resultado a través del VAN y la TIR, que permite conocer que el proyecto es factible.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las empresas buscan no solo generar utilidades, sino también satisfacer las necesidades e incursionar en nuevos mercados para su sustentabilidad y proyección; por estas razones el presente trabajo, es realizado para conocer las expectativas de exportación, siendo necesario tener en cuenta una serie de herramientas y pasos que son indispensables para que el plan de negocios tenga éxito y permita desarrollar de manera apropiada, la empresa quiere formular el plan de negocios de exportación de papa pre-frita congelada al mercado de Francia, ofreciendo el mejor servicio al cliente, pues es importante destacar que brindará a sus clientes un producto de alta calidad teniendo en cuenta las necesidades, para asegurar que cada detalle se caracterice en el gusto del cliente y que el momento de la verdad sea una experiencia inolvidable para el cliente directo.

Tomando en cuenta que los principales productos de exportación posicionados en el mercado ecuatoriano son el petróleo, banano, camarón y cacao, es evidente que la producción de papas de la zona del catón Riobamba no ha atravesado proceso de sistematización alguno, ya que tiempo atrás por parte del mismo gobierno existía mayor preocupación por los sectores antes mencionados. El sector agrícola en la actualidad se encuentra en proceso de crecimiento, por lo que se espera que estos se manejen de tal manera que se pueda dar a conocer el potencial exportable de las PYMES mediante el enfoque de estrategias que les permitan mejorar sus capacidades de producción y comercialización.

1.1.1. Formulación del Problema

¿De qué manera contribuirá en los beneficios económicos el proyecto de exportación de papa pre-frita congelada de la cooperativa de productores agropecuarios basados en el rubro de la papa “Conpapa Chimborazo” ubicado en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo hacia el mercado Francia - París, periodo 2016.?

1.1.2. Delimitación del Problema

El presente trabajo investigación está orientada al estudio de un proyecto de exportación de papas pre fritas congeladas de la Cooperativa de Productores Agropecuarios basados en el Rubro de la Papa “Conpapa Chimborazo” Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo hacia el mercado Francia – Paris durante el periodo 2016.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La globalización ha sido un sistema de controversiales puntos de vista, unos condenan, otros lo aprueban; sin embargo, no se puede negar que de alguna manera al crecimiento económico, social, cultural de los pueblos.

El comercio exterior se convierte en una vía de acceso a mercados internacionales. El gobierno se ha enfocado en buscar productos elaborados de los principales productos no tradicionales.

El sector agrícola representa un área importante en nuestro país en el área económica y es uno de los elementos importantes en el desarrollo social del sector agrícola que se dedican al cultivo y comercialización de estos productos.

Este proyecto de exportación de papa pre-frita congelada, nos permitirá encontrar beneficios económicos directos e indirectos a través de la generación de divisas, empleo para la población económicamente inactiva, desarrollo humano, mejoramiento de la calidad de vida y otros beneficios sociales que impulsan la cultura de desarrollo en la provincia de Chimborazo.

Por ende también nos ayuda a conocer los procesos de exportación de papa pre-frita congelada desde nuestro país hacia el exterior tomando en cuenta todas las políticas que impone el país destino, al cumplir todo lo expuesto de nuestro producto puede tener éxito en este mercado.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar el proyecto de exportación de papa pre-frita congelada de la cooperativa de productores agropecuarios basados en el rubro de la papa “Conpapa Chimborazo”

ubicado en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo hacia el mercado Francia - París, periodo 2016.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la Cooperativa Conpapa Chimborazo
- Determinar la oferta y demanda de papas pre fritas congeladas.
- Diseñar un proyecto de exportación de papas pre fritas congeladas hacia el mercado Francia – París.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedentes de investigación anteriores

- **Tema:** “Plan Piloto de Producción y Comercialización de papa bastón congelada en la ciudad de Quito, previo exportación al estado de Florida, USA.”

Universidad: Universidad de las Américas

Autores: Gabriela Alejandra Hinojosa Cadena

Resumen: AGRHICA se dedica a la producción de papas para ser comercializadas en uno de los supermercados más reconocidos a nivel nacional; actualmente tiene una presentación en fresco, tanto en fundas de 3 kilos como en granel se entrega a la Corporación El Rosado lo cual la demanda no es lo suficiente para la producción de la empresa por lo cual han encontrado la solución ha sido la elaboración de papa bastón congelada que inicialmente sería promocionada y distribuida a nivel local para estudiar su aceptación, dependiendo de esto, se realizará la respectiva exportación a los mercados de Estados Unidos.

La exportación se realizar inicialmente a nivel localmente posteriormente se lo realizara exportara a los estados unidos de américa , pienso que si se pone en práctica este tipo de proyectos será muy beneficioso para el desarrollo económico una idea innovadora por medio del presente estudio se analiza la capacidad de producción para las diferentes presentaciones del producto, así mismo se considera los costos de exportación para AGRHICA por medio de costo de transporte, flete internacional, embalaje, requisitos de importación, entre otros. A partir de este análisis se determinará la posibilidad de realizar la exportación de papas congeladas hacia el mercado de Florida en Estados Unidos.

Análisis de la Investigación: La investigación fue de gran ayuda ya que apporto a mi trabajo de titulación ya que sirvió de guía para tener conocimiento acerca de la exportación de papas, AGRHICA se dedica a la producción de papas, comercializa en uno de los supermercados más reconocidos a nivel nacional la Corporación El Rosado. La exportación se realizara inicialmente a nivel local posteriormente se exportara a los Estados Unidos de América, pienso que si se pone en práctica este tipo de proyectos se

muy beneficioso para el desarrollo económico del país, es una idea innovadora si bien es claro la papa es un producto tradicional lo que se pretende es darle un valor agregado a la misma.

- **Tema:** Estudio de la implementación de una agroindustria de congelados de papas (*solnum tuberosum*) en el Cantón Pillarito para el mercado local.

Universidad: Universidad de las Américas

Autores: Carlos Francisco Valdez Simpson

Resumen: Ecuador es un excelente productor de papa; sin embargo, la producción y desarrollo de la industria se ha visto limitada a la distribución y consumo en fresco de la misma. Considerando el alto potencial y rentabilidad de la producción de papa pre frita congelada para abastecer a los locales de comida rápida que venden este producto, la idea de industrializar la papa (*solnum tuberosum*) de la variedad superchola parece ser un proyecto viable y productivo.

A lo largo de las décadas los roles de la posición de la mujer en la sociedad han evolucionado drásticamente, razón por la cual, hoy en día es completamente normal verlas a ellas involucradas en el ámbito laboral. Consecuentemente, este abandono a los quehaceres domésticos ha significado una disminución en la frecuencia de los almuerzos en casa, forzando a la población a recurrir a los locales de comidas. Estos nuevos patrones de vida han permitido un continuo crecimiento de restaurantes donde muchos platos son servidos con una porción de papa pre fritas congeladas tipo bastón. El recibir un servicio de abastecimiento de papa pre frita congelada es estos restaurantes resulta favorable para los mismos no solo porque evitaría largos y tediosos procesos como el lavado, pelado, cortado de las papas, seguido de un tiempo extenso de fritura, sino que también representaría una fuente de ahorro económico y optimización de tiempo de trabajo para los locales.

Para realizar este proyecto fue fundamental el desarrollo de un extenso estudio de mercado para determinar la aceptación del producto, los tiempos de ahorro en la presentación de las papa pre fritas, el promedio de ahorro económico por parte de las los locales de comidas entre otros indicadores referenciales. De igual manera, se realizó un

estudio técnico para determinar los procesos de producción, la formulación del producto, el tamaño y alcance de la planta, la cual a su vez, también fue diseñada.

Análisis de la Investigación: Se puede decir que el proyecto es factible ya que la proyección social que tiene el proyecto es uno de los valores para el desarrollo del país, debido a la necesidad de abrir nuevas fuentes de trabajo para la población de tan escasos recursos como es la población rural ya que los cultivos de papas es predominante en la misma.

- **Tema:** “Demanda Potencial para la Producción y Comercialización de papa pre frita congelada tipo bastón en las ciudades de Tulcán e Ibarra”

Universidad: Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Autores: Edgar Oswaldo Aguilar Granda

Resumen: La finalidad del presente trabajo investigativo es estudiar, identificar y evaluar el mercado de las ciudades de Tulcán e Ibarra, para conocer las posibilidades de producir y comercializar un producto a base de papa, a través de la creación de una empresa procesadora de papa pre frita congelada en la ciudad de Tulcán. Se describe la situación problemática existente respecto a la producción, comercialización de papa en el Carchi y por ende en Tulcán, se establece las razones del por qué se hace necesario nuestra investigación y se plantean objetivos para el desarrollo de la misma. Se realiza una recopilación bibliográfica y se fundamenta nuestro estudio con investigaciones similares realizadas, se desarrollan conceptos y se fundamenta legalmente el desarrollo de nuestra investigación. Utilizamos una investigación de tipo mixto para obtener información cualitativa (gustos, preferencias, características del mercado) y cuantitativa (número de consumidores, frecuencia de consumo); se aplicaron 380 encuestas, entrevistas a papi cultores, gerentes, vendedores y se aplicó la técnica de la observación para el hallazgo de resultados. Con los resultados obtenidos en la investigación se propone realizar un estudio de factibilidad, para lo cual se inicia con un análisis situacional del mercado, se determina la demanda insatisfecha existente, se identifican recursos y procesos necesarios en la fabricación del producto, se define estructura organizacional y legal de la empresa, se determinan indicadores financieros y de sensibilidad, se desarrolla un estudio de impactos. Analizando estos estudios se concluye que: La creación de una empresa procesadora de papa pre frita congelada en la ciudad de Tulcán es factible, a nivel técnico, económico y financiero.

Análisis de la investigación: El estudio de investigación sirvió de guía para tomar las como referente puntos clave de para el manejo adecuado del proyecto de exportación. La empresa ofrece un producto innovador en el mercado local que será de fácil y rápida preparación enfocados siempre en los nuevos estilos de vida con esto también quieren sustituir la importaciones de este producto queriendo dar a conocer nuestro producto nacional así como también satisfacer las necesidades de la población con un ritmo de vida acelerado.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La investigación contiene como marco teórico el proyecto de exportación de papa pre-frita congelada al mercado de Francia – París tomando en cuenta que la producción agrícola es cuantioso y buscan las empresas tener en el mercado productos semi-terminados y terminados en el Cantón Chimborazo donde es viable realizar un proyecto puesto que mediante una investigación ordenada de todas las etapas será viable para que los productores de papas puedan incursionar en el mercados internacionales por lo tanto esta investigación parte de la siguiente información teórica.

2.2.1. Globalización

La Globalización constituye un proceso de integración de los mercados nacionales en un mercado global, y en la cual las relaciones entre los países tienden a aumentar, gracias a su ampliación y profundización. (Reyes, 2010)

Se refiere a que las economías son más integradas gracias a globalización de mercados los cuales buscan mejores oportunidades y productos de calidad y a menor costo en la actualidad el proceso avanza a ritmo acelerado.

2.2.2. Proyecto de Investigación

El proyecto es un documento que especifica qué es lo que el investigador se propone estudiar y cómo tiene planificada la realización del estudio, por lo que siempre debe elaborarse antes de iniciar la investigación. El Proyecto recibe también las denominaciones de “Protocolo” y de “Propuesta”; sin embargo, si entendemos la investigación como un proyecto que debe realizarse, el protocolo puede visualizarse como

el documento que resume el proyecto de investigación que se ejecutará. (Hernandez, 2004)

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. (Baca, 2010)

Por ende el proyecto de investigación es una evaluación previa de problema, sus alcances e importancia así como de los recursos que serán necesarios para el desarrollo del trabajo de investigación.

2.2.2.1. Fases de un proyecto

Cualquier proyecto, desde un nuevo emprendimiento comercial hasta la construcción de un inmueble, se lleva a cabo en etapas. La cantidad de etapas de un proyecto depende del tipo de emprendimiento en cuestión y las técnicas de gestión empleadas; a su vez, las etapas pueden implicar de cuatro a seis pasos. Estos pasos se pueden agrupar en cuatro etapas que consisten en: iniciación y planificación, ejecución, seguimiento y control y finalización.

2.2.2.1.2. Iniciación y planificación

Esta etapa a menudo se divide en dos: por un lado la iniciación y por otro lado la planificación.

La primera implica los esbozos del presupuesto, el tiempo necesario para la concreción del proyecto y el objetivo general del mismo. Esta etapa es fundamental para disponer del objetivo del proyecto.

En resumen, es la formalización de la idea principal del proyecto.

La etapa de planificación indaga en más detalles. Los investigadores tendrán en cuenta los pasos y las tareas específicas que se necesitan para la concreción del proyecto. Todos los pasos y tareas tendrán su costo y tiempo estimados. Aunque estas apreciaciones no deben ser del todo exactas, brindan una idea general acerca de la viabilidad del proyecto y el tiempo necesario para su concreción.

2.2.2.1.2. Ejecución

La etapa de ejecución es el comienzo real de la implementación del proyecto. Aquí entra en juego una administración estricta del presupuesto, ya que la etapa de planificación del proyecto ha concluido y ahora está en marcha. Los investigadores deberán estar constantemente informados acerca de los progresos, ya que deben tener plena conciencia acerca del modo en que se concreta el proyecto. Por esta razón, los administradores estarán en constante comunicación con sus empleados, no solo recibiendo información actualizada sino también estando al tanto de los problemas que obstaculizan el proyecto. En esta etapa los administradores también deben estar en permanente contacto con sus clientes, ya que durante la fase de ejecución los inversores pueden estar preocupados sobre el desarrollo del mismo.

2.2.2.1.3. Seguimiento y control del proyecto

La tercera etapa a menudo se superpone con la segunda. Específicamente, el seguimiento y el control del proyecto implican que los administradores deben garantizar el cumplimiento a tiempo de las tareas y que se respeten los presupuestos asignados. La mayoría de los proyectos se verán obstaculizados por algún inconveniente, que debe ser solucionado en esta etapa. El administrador garantizará que el proyecto se remita al plan original.

2.2.2.1.4. Finalización del proyecto

Independientemente de la cantidad de etapas, la finalización es siempre la última de todas. Esta etapa implica dos elementos.

El primero es hacer un informe sobre los detalles del desenvolvimiento del proyecto a lo largo de las tres etapas anteriores. El informe analizará los objetivos iniciales del proyecto en comparación con su estado actual e identificará los problemas que se presentaron a lo largo del camino y las medidas que se tomaron para abordarlos.

El segundo elemento de esta etapa es la evaluación del proyecto, que tiene lugar en una reunión donde los miembros del equipo pueden establecer sus propios aportes más allá de la implementación del mismo.

2.2.3. Que es exportar

La exportación es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro.

Se realiza en condiciones determinadas en donde la complejidad de las distintas legislaciones y las operaciones involucradas pueden ocasionar determinados efectos fiscales. Se trata de una venta que va más allá de las fronteras arancelarias en donde se encuentra instalada la empresa y por tanto las “reglas del juego” pueden cambiar. (Gestion Org, 2014)

2.2.3.1. Por qué exportar

Las empresas deben tener claro las razones para buscar internacionalizarse entre ellas se destaca:

- Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.
- Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenida en el mercado.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.
- Disminuir riesgos de pertenecer a un solo mercado.
- Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y logra economías de escala.
- Aprovechar las ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Necesidad de involucrase en el mercado mundial por la globalización de la economía
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

2.2.3.2. Riesgos en la exportación

- Falta de conocimiento del mercado.
- Extrema diversificación de los mercados.
- Desconocimiento de la mecánica de exportación.
- Cálculo deficiente del precio de exportación.
- Falta de conocimiento de la contraparte.
- Incumplimiento en tiempos y cantidades de entrega.
- Impaciencia del exportador al no ver resultados inmediatos.

2.2.3.3. Capacidad exportable

La capacidad exportable de la empresa puede ayudar a definir estrategias de penetración del mercado.

- Se deben identificar los productos a exportar teniendo en cuenta que gocen, por lo menos una, de las siguientes ventajas:
- Volúmenes disponibles para el mercado externo
- Abastecimiento del producto o materias primas (ventajas en precios, volúmenes, calidad o disponibilidad).
- Características de calidad del producto superiores a las de la competencia y consistencia de la calidad en el tiempo.
- Se debe identificar la posición arancelaria o código arancelario de los productos escogidos, ya que toda la información de comercio exterior se basa en esta codificación.

2.2.4. Proyecto de exportación

El proyecto de exportación es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiere iniciar su posición en el mercado exterior. El objetivo es dar respuestas a las principales cuestiones que se plantea en la elaboración y puestas en práctica de la estrategia comercial internacional.

- ¿Cómo seleccionar el mercado de mayor potencia y accesibilidad para el producto?
- ¿Cuál es la forma de entrada más adecuada?

- ¿Qué acciones deberá llevarse a cabo en sus políticas de marketing?
- ¿Cuáles son los recursos necesarios para cumplir con los objetivos de venta y de rentabilidad que se establecen?

Un proyecto de exportación debe estructurarse en etapas claramente diferenciadas que siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio internacional, analicen cada uno de los aspectos clave de la estrategia de la empresa en relación al mercado internacional.

2.2.5. Proceso de Exportación

Se refiere a los procedimientos que se deben realizar para el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas, para su uso o consumo en el exterior amparado por alguna destinación aduanera. Se especifican las condiciones requeridas para llevar a cabo el prestacking o recepción de la carga en forma óptima. (Iquique Terminal Internacional S.A., 2015)

2.2.6. Comercio bilateral entre Ecuador y la Unión Europea

El comercio exterior en el Ecuador presenta varios retos que actualmente están siendo abordados con políticas estatales orientadas a mejorar la situación del país en materia de comercializaciones internacionales. A pesar de que el actual Gobierno ha expresado enfáticamente no querer tratados de libre comercio como el de Estados Unidos no se descarta la opción de realizar otro tipo de acuerdos comerciales.

La Unión Europea es uno de los socios comerciales más importantes para el Ecuador, ocupando en los últimos años el primer lugar como destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras. El Acuerdo entre la Unión Europea y el Ecuador normará el comercio de bienes y servicios desde y hacia dicho bloque, así como la participación de las partes en licitaciones para la contratación pública, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la cooperación en el ámbito del comercio y, en particular disposiciones precisas que establecen un trato especial y diferenciado a favor del Ecuador, en reconocimiento a las asimetrías existentes entre la UE y el Ecuador.

Los productos ecuatorianos exportados al mercado europeo ingresarán libres de aranceles y obstáculos a una de las regiones de mayor poder adquisitivo del mundo. Esto se producirá inmediatamente después de la entrada de vigencia del Acuerdo. Contribuirá a la modernización del aparato productivo nacional en un contexto de inserción inteligente a los mercados internacionales, bajo una estrategia de optimización de beneficios. Las negociaciones del Acuerdo se cerraron oficialmente el 17 de julio de 2014. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2014)

2.2.7. Análisis situacional

El análisis situacional de una organización es el proceso que estudia el entorno del mercado y las posibilidades comerciales de la empresa. Dentro de análisis situacional se recurre al estudio de dos ambientes el externo que hace mención a las oportunidades y amenazas del mercado, y el ambiente interno las fortalezas y debilidades la empresa (Universidad Equinoccial, 2012)

En cuanto al proyecto comprende el análisis situacional para entender cuál será la aportación en el mercado interno o externo.

2.2.8. Producción de papas

En la sierra ecuatoriana la papa es el segundo cultivo más importante después del maíz. La papa representa la base de la alimentación de gran parte de la población ecuatoriana ya que constituye el 7% de la canasta familiar Nacional del Ecuador.

Según el III Censo Nacional Agropecuario, su cultivo vincula a 88,130 productores, además al menos de 250,000 personas están involucradas directo o indirectamente con el cultivo.

El rendimiento de papa en el Ecuador ha presentado una tendencia histórica creciente durante el periodo 2002-2014. El año más relevante de crecimiento productivo se observa en el 2014, en donde la productividad aumenta en 75% con respecto al 2013. Ante esto, es importante destacar la acción gubernamental de los últimos años encaminada al fomento de la productividad como es la puesta en marcha del Plan semillas en las zonas productoras de papa. Dicho proyecto tiene como objetivo incrementar la productividad

de los cultivos de los pequeños productores de papa, permitiéndoles acceder, a través de un subsidio, a paquetes tecnológicos de alto rendimiento. Estos incluyen semilla certificada, fertilizantes y fitosanitarios adecuados para potenciar el rendimiento de la producción del cultivo de la papa.

Las siembras y cosechas de papa durante todo el año, permite abastecer suficientemente el consumo nacional.

El cultivo de papa en Ecuador se realiza en la Sierra, en alturas comprendidas entre los 2700 a 3400 msnm, sin embargo los mejores rendimientos se presentan en zonas ubicadas entre los 2.900 y 3.300 msnm donde las temperaturas fluctúan entre 11 y 90C. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011)

2.2.9. Papas pre fritas congeladas

Los alimentos congelados son aquellos sometidos a un proceso de congelación rápida y estabilizados a una temperatura inferior a -18°C que garantice la preservación por un largo periodo (más de un año) es decir sin degradación físico-químico o bacteriológica. En principio todos los alimentos pueden ser tratados por congelación, sin embargo dada las características biológicas de la materia prima y las propias del producto final hacen que la tecnología sea específica para cada uno de ellos. (Mateos, 2003)

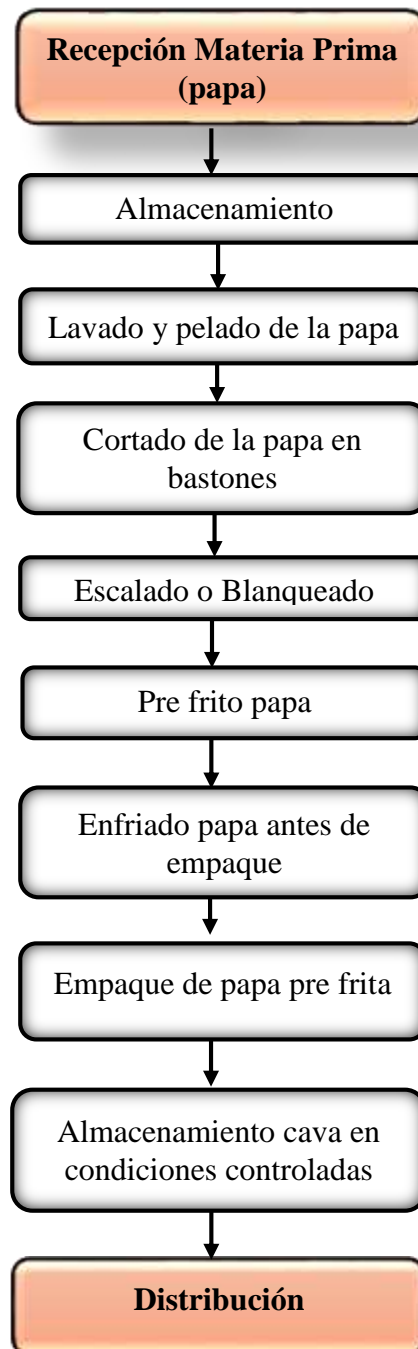
2.2.10. Crecimiento de la demanda y comercio internacional de papa pre frita congelada.

El aumento del destino industrial de la papa (fundamentalmente pre frita congelada y chips) está ligado al crecimiento del consumo de comidas fuera del hogar, de snacks y de productos de rápida preparación. La transformación del patrón de consumo de papa lleva casi cuatro décadas en los países desarrollados -considerados mercados maduros-, mientras en los países en desarrollo se manifiesta fundamentalmente a partir de la década del '90, con la expansión de las cadenas multinacionales de comidas rápidas.

La capacidad de producción mundial de papa pre frita congelada se estima en al menos 9.6 millones de ton, está concentrada (85%) en cuatro países (USA, Holanda, Bélgica y Canadá) (Mateos, 2003)

2.2.11. Proceso de elaboración de papa pre frita congelada

Gráfico N°: 1 Proceso de elaboración de papa pre frita congelada



Fuente: webiica.iica.ac.
Año: 2016

- **Recepción y Pesado:** Entrada a la planta y pesada de la papa que ingresa en bolsas de cincuenta kilos o en tolvas a granel. Se evalúa calidad (defectos internos, externos, peso específico) de acuerdo a los estándares de calidad fijos por la empresa.
- **Limpieza.-** Las papas descargan sobre cintas transportadoras y luego van por canales con circulación de agua donde se extrae la mayor cantidad de tierra y terrones y mediante osciladores se van desechando papas pequeñas.
- **Lavado y Pelado.-** En esta etapa se lavan y luego pasan a un tanque donde se pelan a través de vapor a alta presión y temperatura, esta operación toma 20 segundos, posteriormente las papas pasan a través de cepillos que retiran restos de piel.
- **Selección manual.-** Pasan por un canal donde se recortan defectos (puntos negros, partes podridas o defectuosas de las papas), así como se retiran papas deterioradas en gran parte de superficie.
- **Lavado y Cortado.-** Son lavadas nuevamente en tanques y luego son vertidas a una pistola de agua que fuerza las papas a gran velocidad a pasar por una trama de cuchillas de forma cuadrículada. Luego de cortada en bastones en la línea se desechan las piezas muy finas, cortadas o dañadas.
- **Selección automática.-** los bastones con algún defecto son retirados de la línea a través de un equipamiento de clasificación óptica que selecciona y una máquina con pequeñas cuchillas corta los defectos y vuelve a la línea.
- **Blanqueado y Secado.-** para el blanqueado las papas pasan a tanques de agua a 82°C de ½ a 5 minutos, de esta se bloquea la actividad enzimática y se remueven los azúcares reductores. Esto ayuda a mantener constante la cantidad de azúcares que asegura la consistencia y el color del producto. Luego las papas son secadas con una corriente de aire.
- **Fritado.-** las papas son introducidas en una freidora a 200°C de ½ a 5 minutos según el tipo de papa, de allí pasan por una cinta donde son sacudidas para eliminar los restos de aceite.

- **Congelado.-** las papas son congeladas a través de un aire con gas criogénico a -39°C durante 20 minutos.
- **Envasado y Almacenamiento.-** se pesan e introducen en bolsas y están luego en cajas de cartón que son selladas, de allí son enviadas a galpones de almacenaje mantenidos a -23°C .

2.2.12. Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (Fernandes, 2008)

2.2.13. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

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, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012)

El estudio financiero nos demuestra si un proyecto a emprender está en las posibilidades económicas.

2.2.14. Estudio de la Demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.

2.2.15. Estudio de la Oferta

La cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a los potenciales consumidores de los mismos, a diferentes precios y condiciones en un determinado momento.

La oferta estará determinada por los siguientes factores: el precio que ostente el producto en el mercado, los costos que tiene llevar a cabo la producción de ese producto, el tamaño del mercado al cual va dirigido especialmente ese producto, la disponibilidad de factores, la cantidad de competencia que se le presenta y la cantidad de bienes producidos. (DefinicionABC, 2006)

2.2.16. Logística y Transporte Internacional

La logística aborda el flujo de los materiales, los productos terminados y la información asociada con los mismos, desde el proveedor hasta el cliente, con la calidad requerida en el lugar y momentos precisos con los mínimos costos. Esta actividad comprende el estudio integrado de funciones básicas de la organización, como la gestión de aprovisionamiento, la gestión de producción y la gestión de distribución.

El transporte juega un papel primordial dentro de la cadena logística, básicamente en los procesos de aprovisionamiento y distribución, sin embargo estos a la vez guardan estrecha relación con los procesos productivos y por ende no puede aislarse el transporte de la cadena logística.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Exportación

La exportación es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro.

Se realiza en condiciones determinadas en donde la complejidad de las distintas legislaciones y las operaciones involucradas pueden ocasionar determinados efectos fiscales. Se trata de una venta que va más allá de las fronteras arancelarias en donde se encuentra instalada la empresa y por tanto las “reglas del juego” pueden cambiar. (Gestion Org, 2014)

2.3.2. Control aduanero

Este control es aplicado a las acciones tanto de entrada o salida de mercancías dentro del territorio nacional de la misma manera a la permanencia, traslado, circulación almacenamiento hacia y desde de la zona especial de desarrollo económico.

El control aduanero se aplica en tres fases tales a la conformidad con la normativa internacional los mismos que son: control anterior, control concurrente y control posterior. (Comunidad de Comercio Exterior, 2014)

2.3.3. Factura Comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía condiciones de pago y términos de entrega. (Caballero, 2015)

2.3.4. Arancel

Entendemos por arancel aquel tributo que es aplicado sobre los bienes que son objeto de importación o exportación (este último caso es el menos frecuente). También podemos encontrar aranceles de tránsito que son aquellos aplicados sobre los objetos o mercancías que entran en un país con destino a otro distinto. (Maitza, 2013)

Tipos de arancel.- En cuanto a los tipos de aranceles encontramos tres tipos de gravamen dependiendo de la manera en la que se apliquen:

Ad Valorem: en este caso se aplica un porcentaje sobre el valor total de la carga.

Específicos: en este caso el montante se encuentra preestablecido en función de la cantidad o número de unidades.

Combinado: en este caso se establece un arancel mixto donde se aplica parte del ad valorem y del específico de forma combinada.

2.3.5. Certificado de Origen

Documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo. Suele exigirse por motivos arancelarios, ya que hay países que tienen tarifas discriminatorias según el país de procedencia. (Universidad de Barcelona, 2014)

2.3.6. Mercado

"Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo" (Philip, 2014)

2.3.7. Incoterms

Los INCOTERMS (Términos de Comercio Internacional) establecen reglas internacionales que tienen como finalidad facilitar la conducción del comercio global y así poder evitar incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países, estos auxilian en la identificación de las obligaciones entre las partes (Comprador/Vendedor) y reduce el riesgo de complicaciones legales. Así como también determinan el punto exacto de la transferencia, el riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre los involucrados sin embargo estas no son consideradas como Ley, son Recomendaciones reconocidas como Practica Internacional Uniforme de Comercio. (Hernandez, 2004)

2.3.7.1. FOB (Free On Board)

“Franco a Bordo” significa que el exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto).

También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones(a bordo del buque), como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena.

2.3.8. Demanda

SEGÚN (**Simón Andrade**) Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca (Andrade, 2006)

2.3.9. Oferta

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los

mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (Bolaños & Gerrero, 2001)

2.3.10. Aforo

Aforo es el acto administrativo de determinación tributada, mediante el cual el distrito aduanero procede a la revisión documental o al reconocimiento físico de la mercancía, para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2009)

2.3.11. Agente de Carga de Exportaciones

Es la persona jurídica autorizada como tal por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que puede prestar servicios de manejo de carga, agrupar mercancías y presentar la Declaración Aduanera en el caso de las exportaciones, sujetándose a reglamentos y acuerdos específicos, así como emitir documentos de transporte u otros propios de su actividad

2.3.12. Carga

Todo bien que pueda ser objeto de transporte;

2.3.13. Control Aduanero

Es el conjunto de medidas adoptadas por la Autoridad Aduanera con el objeto de asegurar el cumplimiento de la legislación, cuya aplicación o ejecución es de su competencia o responsabilidad, al cual deberán someterse los distintos operadores de comercio exterior

2.3.14. Despacho Aduanero

Procedimiento administrativo al que se someten las mercancías sujetas al control aduanero declaradas a cualquier régimen u otro destino aduanero

2.3.15. Declarante

La persona natural o jurídica que suscribe y transmite o presenta una Declaración Aduanera de mercancías en nombre propio o de otro, en las formas y condiciones establecidas en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, este Reglamento y demás normativa aplicable

2.3.16. Manifiesto de Carga

Documento físico o electrónico que contiene información respecto del medio de transporte, número de bultos, peso e identificación genérica de la mercancía que comprende la carga, que debe presentar todo transportista internacional o su operador de transporte a la entrada o salida del país a la aduana;

2.3.17. Mercancía nacional

Mercancía que ha sido producida, fabricada, cosechada, capturada, extraída, manufacturada, creada, que ha nacido en el territorio aduanero nacional o que ha ganado origen de conformidad con las normas internacionales, no exportada definitivamente, o la que habiendo sido exportada, ha debido regresar al Ecuador por circunstancias ajenas a la voluntad del exportador;

2.3.18. Operaciones Aduaneras

Conjunto de actividades relacionadas al tráfico de mercancías, medios de transporte y personas sometidas al control aduanero;

2.3.19. Operador de Comercio Exterior

Toda aquella persona natural o jurídica, nacional o extranjera que interviene en el tráfico de mercancías, medios de transporte y personas sometidas al control aduanero;

2.3.20. Facilidades de Pago

Se podrá conceder facilidades de pago de los tributos al comercio exterior, únicamente en importaciones de bienes de capital realizadas para incrementar el activo fijo del importador directo de los bienes.

Las facilidades para el pago de tributos al comercio exterior deberán ser atendidas por la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador conforme los procedimientos que este establezca para el efecto, y se concederán previo solicitud y mediante resolución expresa.

La solicitud de facilidades de pago deberá contener la siguiente información:

- La designación de la autoridad administrativa ante quien se la formula;
- Identificación del contribuyente solicitante (nombre y RUC);
- Indicación clara y precisa de las obligaciones tributarias, respecto de las cuales se solicita facilidades para el pago, indicando que tal solicitud se realiza al amparo de los artículos 24 y 116 del Código de la Producción, Comercio e Inversiones;
- Oferta de pago inmediato no menor de un 20% de la obligación tributaria y la forma en que se pagaría el saldo con sus intereses; y,
- Declaración de prenda especial del bien importado sujeto a facilidades de pago, a favor de la Autoridad Aduanera durante el plazo que se autorice la facilidad de pago.

2.4. MARCO LEGAL

Organismos relacionados con el comercio exterior de productos y servicios, que a su vez son los que brindan apoyo a las diferentes empresas y gobiernos autónomos descentralizaron en los procesos de exportación e importación.

2.4.1. Base legal de la empresa

Según OFICIO N° SEPS-INEPS-2014-00100, establece según conformidad con lo dispuesto en los artículos 9 y 14 literal c) de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, la Superintendencia Popular y Solidaria, mediante Resolución N° **SEPS-ROEPS-2013-900037** de fecha 26 de septiembre del 2013, aprobó el estatuto social y otorgo la personalidad jurídica a la organización denominada Cooperativa de Productores Agropecuarios Basados en el Rubro de la Papa “**CONPAPA CHIMBORAZO**”.

2.4.2. Constitución del Ecuador

Que, el Artículo 306 de la Constitución de la República dispone la obligación estatal de promover las exportaciones ambientalmente 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. (Asamblea Nacional, 2008)

2.4.3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI)

El presente código tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente con el ciudadano de la naturaleza. (Aduanas del Ecuador,, 2010)

Art. 111.- Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera.- Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo: La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General. (Pro-Ecuador , 2010)

2.4.4. Plan nacional del ben vivir

h. Abrir y garantizar canales de exportación para los productos de la agricultura familiar y campesina, aprovechando la demanda global de productos alimenticios. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

2.5. IDEA A DEFENDER

El proyecto de exportación de papa pre-frita congelada de la cooperativa de productores agropecuarios basados en el rubro de la papa “Conpapa Chimborazo”, Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo hacia el mercado Francia - París, periodo 2016 contribuirá en los beneficios económicos.

2.6. VARIABLES

2.6.1. Variable dependiente

Proyecto de exportación de la Cooperativa de Productores Agropecuarios basados en el rubro de la papa “Conpapa Chimborazo”

2.6.2. Variable independiente

Exportación de papa pre-frita congelada hacia el mercado Francia – París.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó mediante la modalidad descriptiva y bibliográfica en donde se empleara una serie de herramientas y técnicas para la recolección de información de todos los aspectos y características de la realidad y así proporcionando datos relevantes para describir y explicar los factores importantes.

El diseño de la investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado, la presente investigación será cualitativa – cuantitativa.

Cualitativa porque genero la comprensión del fenómeno y sus características y cuantitativa pues se considerarán términos financieros e indicadores de cumplimiento.

3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Método Inductivo

Consiste en utilizar razonamientos para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación tiene carácter general. (Boscan, 2013)

3.2.2. Método deductivo

A través de observaciones realizadas de un caso particular se plantea un problema. Éste lleva a un proceso de inducción que remite el problema a una teoría para formular una hipótesis, que a través de un razonamiento deductivo intenta validar la hipótesis empíricamente. (Ferrer, 2010)

3.2.3. Histórico

Es muy importante analizar los datos históricos para conocer las tendencias de mercado, de precios, de producción, etc. (Moreno, 2000)

3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Bibliográfica-Documental

Porque permitió recabar toda la información en libros, trabajos de investigación realizados respecto al proyecto y otros documentos con respecto a la producción y exportación de papas pre fritas congeladas.

3.3.2. Descriptiva

Se empleó este tipo ya que luego de haber explorado se describirá situaciones, realizar análisis y presentar la interpretación correspondiente. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población total de la cooperativa de productores agropecuarios basados en el rubro de la papa CONPAPA CHIMBORAZO es de 199 socios.

3.4.2. Muestra

$$n = \frac{M}{e^2 (M - 1) + 1}$$

n = Tamaño de la muestra

M = Tamaño del Universo o de la población

e²=Margen de error que se toma la muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA (SOCIOS DE LA COOPERATIVA CONPAPA CHIMBORAZO)

$$n = \frac{M}{e^2 * (M-1) + 1}$$

$$n = \frac{199}{(0.05)^2 (199-1) + 1}$$

$$n = \frac{199}{(0.0025) (198)+1}$$

$$n = \frac{199}{1.495}$$

n = 133

El número total de encuestados que debemos realizar es 133 los mismos que son los socios de la Cooperativa de Productores Agropecuarios Conpapa Chimborazo.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.5.1. Técnicas

La recolección adecuada de la información del trabajo investigativo se considera importante para lograr los objetivos propuestos, es por ello que se considera necesario realizar investigaciones acordes a los indicadores que se presentan en la operatividad.

Para la realización del siguiente trabajo se utilizarán las principales técnicas de:

3.5.1.1. Observación

Este método permitió conseguir información de los procesos y procedimientos existentes dentro de la empresa.

3.5.1.2. Encuesta

Se aplicó a los socios de la cooperativa Conpapa Chimborazo con la finalidad de recopilar información relevante, el cual permitió obtener los resultados que depende de la comunicación de los encuestados y el investigador para el desarrollo de la investigación.

3.5.1.3. Revisión de bibliografía

Esta técnica permitió recolectar información segura y confiable por medio de libros, folletos, módulos, sobre el diseño de estrategias.

3.5.1.4. Investigación electrónica (Internet)

A través del internet se recolectará principalmente información de variables económicas, políticas y sociales.

3.5.2. Instrumentos

Los instrumentos a utilizar en la investigación se considera relevantes es la siguiente: Computador, libros, tesis referente a la investigación.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO PARA EL ANÁLISIS

Para el análisis de los datos se utilizó: cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos.

Para el procesamiento de datos se utilizó Microsoft Office Excel, mediante el cual se llegó a establecer frecuencias y porcentajes exactos, como también gráficos y cuadros estadísticos.

La interpretación de los datos estadísticos se realizó a través de la técnica lógica de la inducción, y la discusión de los resultados se realizó en base a la síntesis, es decir desde el punto de vista del investigador.

3.7. PROCESAMIENTO Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.7.1. Encuesta dirigida a los socios de la Cooperativa de productores agropecuarios basados en el rubro de la papa Conpapa Chimborazo.

1. ¿Está de acuerdo con la elaboración de un nuevo producto en CONPAPA CHIMBORAZO?

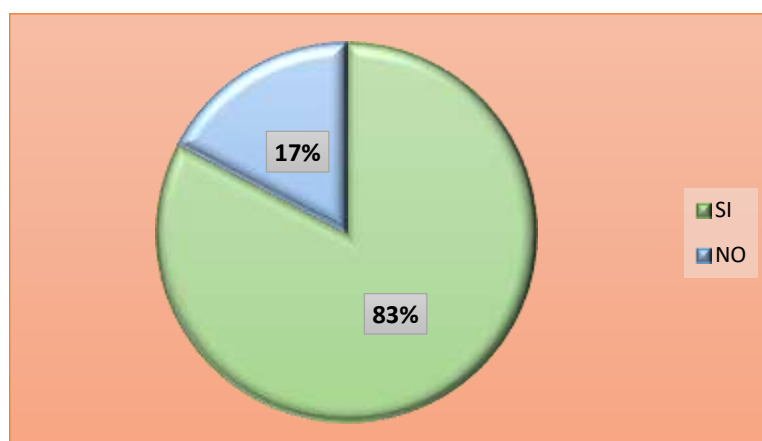
Tabla 1: Elaboración de un nuevo producto en CONPAPA CHIMBORAZO

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	110	83%
NO	23	17%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 2: Elaboración de un nuevo producto en CONPAPA CHIMBORAZO



Fuente: Tabla N° 1

Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis: De acuerdo a lo observado y los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación se puede identificar que el 83% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo con la elaboración de un nuevo producto en CONPAPA CHIMBORAZO mientras que, el 17% no está de acuerdo.

Interpretación: Se puede decir que la mayoría de los socios de la cooperativa están de acuerdo con la elaboración de un nuevo producto como parte innovadora de los portafolios de productos de la cooperativa

2. ¿Está de acuerdo con la exportación de papas pre-fritas congeladas?

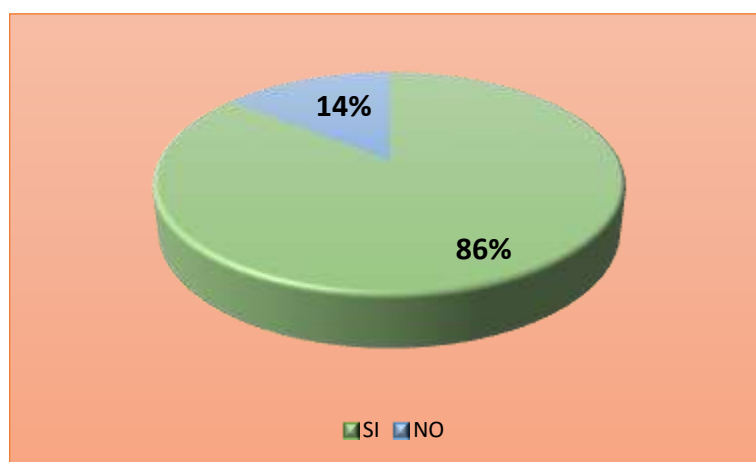
Tabla 2: Exportación de papas pre-fritas congeladas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	115	86%
NO	18	14%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 3: Exportación de papas pre-fritas congeladas.



Fuente: Tabla N° 2

Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis

Según los resultados podemos verificar que el 86% de los encuestados manifiestan que están de acuerdo con la exportación de papas pre-fritas congeladas mientras que el 14% dice que no están de acuerdo con la exportación.

Interpretación

Se puede decir que la mayoría de los socios están de acuerdo con la exportación pero también es necesario fortalecer esta decisión con los socios que no están de acuerdo.

3. ¿Conoce usted cual es el proceso adecuado para la elaboración de papas pre-frita congelada?

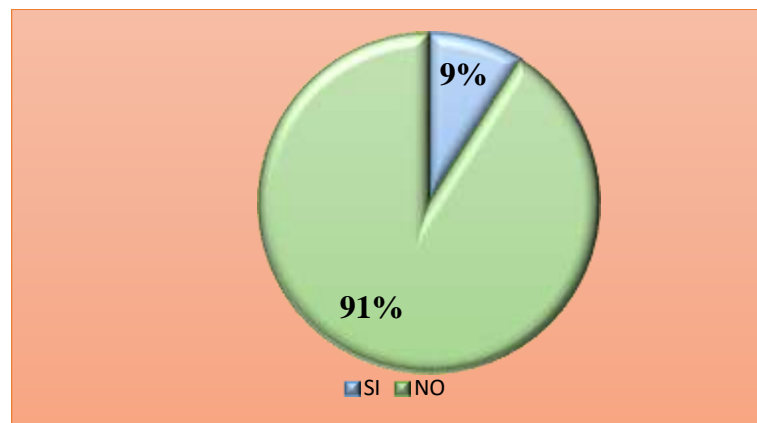
Tabla 3: Proceso adecuado para la elaboración de papas pre-frita congelada

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	9%
NO	121	91%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 4: Proceso adecuado para la elaboración de papas pre-frita congelada.



Fuente: Tabla N° 3

Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis

Se puede observar que el 91% de los socios encuestados manifiestan que desconocen el procesos de elaboración de papas pre-fritas congeladas mientras que el 9% de ellos lo conocen.

Interpretación

Se puede constatar que la mayoría de los socios no tienen el conocimiento adecuado del proceso de elaboración de papas pre fritas congeladas.

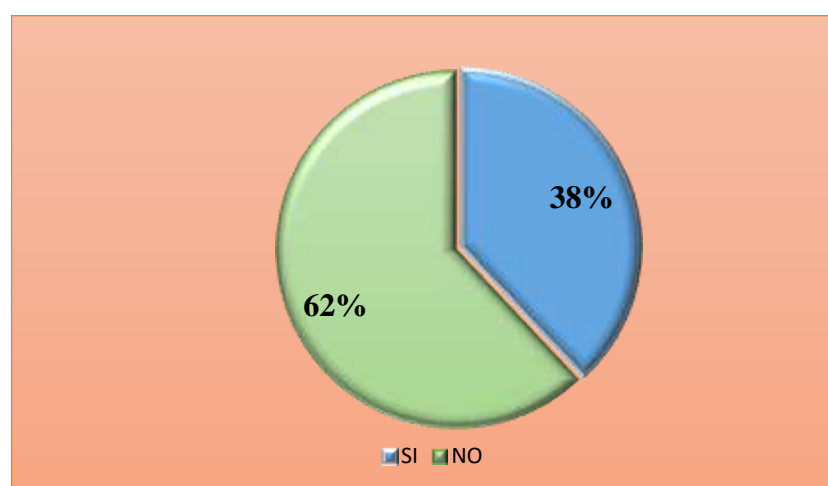
4. ¿Conoce usted los riesgos que conlleva abrirse a mercados internacionales con un nuevo producto de la cooperativa?

Tabla 4: Riesgos que conlleva abrirse a mercados internacionales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	38%
NO	83	62%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO
Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 5: Riesgos que conlleva abrirse a mercados internacionales



Fuente: Tabla N° 4
Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis

Según los resultados obtenidos se puede observar que el 62% de los socios han manifestado que no conocen los riesgos de abrirse a mercados internacionales con un producto nuevo de la cooperativa, mientras que un 38% manifestaron que si conocen los riesgos

Interpretación

Al no contar con el conocimiento necesario lo socios se puede concluir que es muy necesario dar a conocer a cada uno de los socios acerca de los riesgos que acarrea exportar un producto nuevo de la cooperativa.

5. ¿Le gustaría conocer las ventajas de exportar papas pre-fritas congeladas?

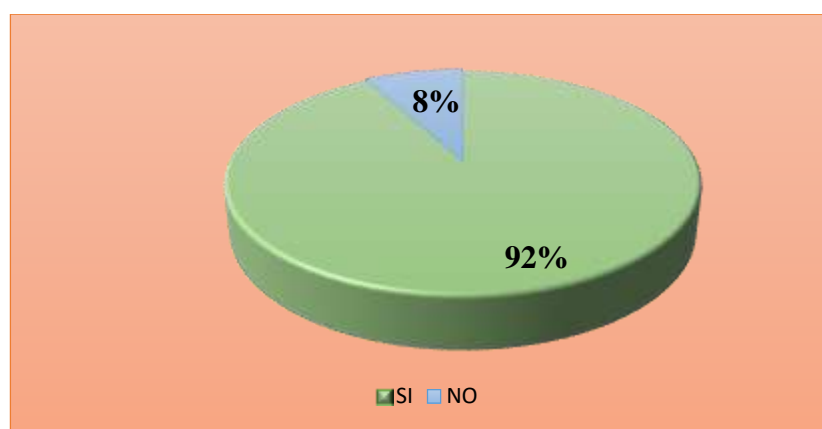
Tabla 5: Conocer las ventajas de exportar papas pre-fritas congeladas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	123	92%
NO	10	8%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchí

Gráfico N° 6: Conocer las ventajas de exportar papas pre fritas congeladas.



Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: Lourdes Duchí

Análisis

Según los resultados obtenidos se puede observar que el 92% de los socios manifiestan que les gustaría conocer las ventajas de exportar papas pre-fritas congeladas, el 8% manifestaron que no les gustaría conocer las ventajas de exportar

Interpretación

Se puede concluir que los socios deben conocer todas las ventajas de exportación de papas pre-fritas congeladas ya que esto ayudara a tener claro acerca de la exportación.

6. ¿La cooperativa cuenta con infraestructura necesaria para la elaboración de papa pre-frita congelada?

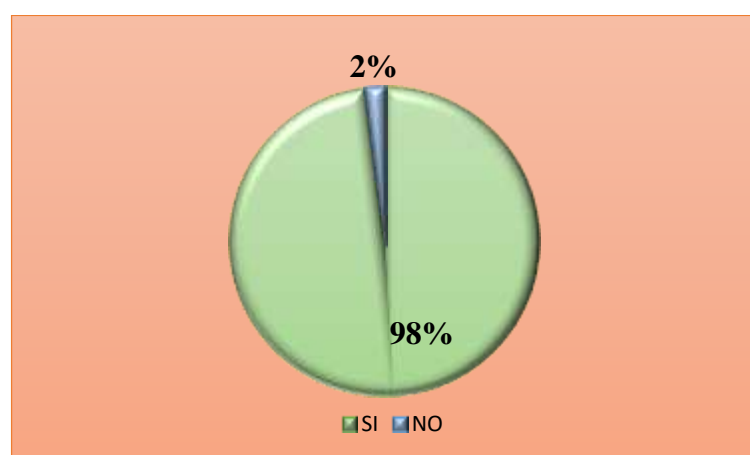
Tabla 6: Cuenta con infraestructura necesaria para la elaboración de papa pre-frita congelada.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	131	98%
NO	2	2%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 7: Cuenta con infraestructura necesaria para la elaboración de papa pre-frita congelada.



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis

Podemos observar que el 98% manifestó que cuenta con una infraestructura necesaria para la elaboración de papas pre-fritas congeladas. El 2% de los socios dicen que no cuentan con una infraestructura.

Interpretación

Se puede observar que los socios de la cooperativa tienen la certeza de contar con una infraestructura adecuada para la elaboración del nuevo producto.

7. ¿La cooperativa tiene la maquinaria apropiada para la elaboración de papa pre-frita congelada?

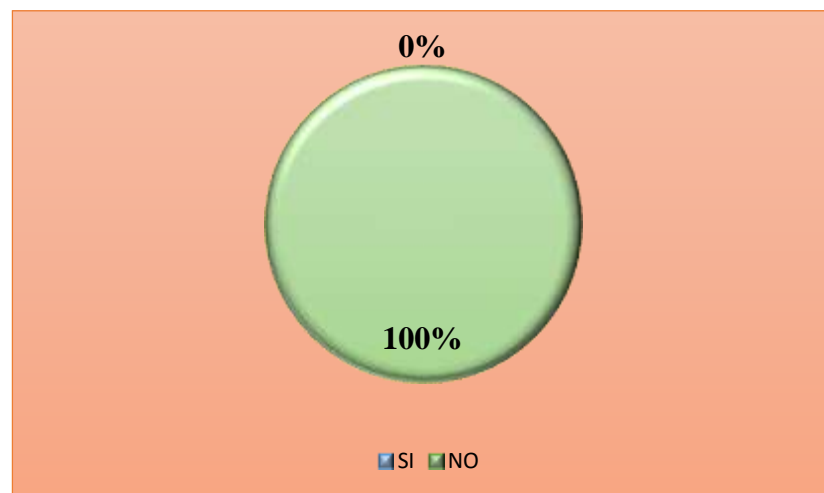
Tabla 7: Tiene la maquinaria apropiada para la elaboración de papa pre-frita congelada.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	133	100%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 8: Tiene la maquinaria apropiada para la elaboración de papa pre-frita congelada.



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis

Se puede verificar que el 100% de los socios encuestados dijeron que no cuentan con la maquinaria necesaria para la elaboración de papas pre-fritas congeladas.

Interpretación

Es importante manifestar que la cooperativa debe adquirir la maquinaria óptima para que así la entidad logre la exportación.

8. ¿Considera usted que la exportación de papas pre-fritas congeladas ayudaría a mejorar en la economía de la cooperativa?

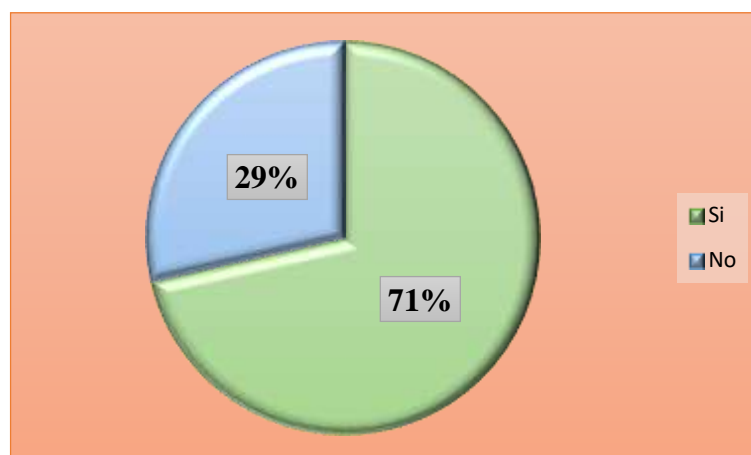
Tabla 8: La exportación de papas pre-fritas congeladas ayudaría a mejorar en la economía.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	95	71%
No	38	29%
TOTAL	133	100%

Fuente: Socios de CONPAPA CHIMBORAZO

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gráfico N° 9: La exportación de papas pre-fritas congeladas ayudaría a mejorar en la economía.



Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis

De acuerdo a lo observado se puede verificar que el 71% de los socios encuestados coinciden que la exportación de papas pre-fritas congeladas ayudara a mejorar en la economía de la cooperativa, por el 29% ha manifestado que no ayudara en la mejora económica de la cooperativa.

Interpretación

Se puede concluir que los socios están de acuerdo que obtendrán benéficos económicos con la exportación de papas pre fritas congeladas.

3.8. ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1. Francia información general

Imagen N° 1: Paris



Fuente: Kelife&style
Año: 2015

Francia es hoy en día uno de los países más modernos y el más extenso en el mundo y líder entre las naciones europeas. Es estado miembro de la Unión Europea (UE), el sistema de integración más avanzado que conforma una asociación económica política única. A nivel global, juega un rol fundamental como miembro permanente del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, NATO, el G-8, G-20, la Unión Europea y otras organizaciones multilaterales.

Conocida por ser el centro cultural del mundo, Francia es uno de los países más grandes y más diversos de Europa. Forma parte de los líderes mundiales en el campo de la tecnología, de la investigación y de la industria. Con 60 millones de habitantes, Francia es uno de los países más modernos del mundo y, sin duda, junto a Alemania, es el líder europeo.

La República instaurada en 1958 es un régimen democrático y fuerte. La reconciliación y la cooperación entre Francia y Alemania fueron importantes para la integración económica de Europa y la llegada del euro en 1999.

Rodeada por España, Italia, Suiza, Alemania, Luxemburgo y Bélgica, Francia siempre ha estado en el centro del comercio internacional. Es el más grande centro agrícola europeo y el segundo productor agrícola en el mundo. Francia es también un líder en los servicios y las altas tecnologías. Con un PIB nominal de 2.560.255 millones, Francia es la cuarta economía industrial de Occidente.

Francia es un país fuertemente centralizado: París tiene un rol esencial en la vida política y comercial del país. Las otras grandes ciudades son Lyon, Marsella, Burdeos y Lille. La SNCF administra una red ferroviaria muy extensa que atraviesa el país y los países vecinos. El TGV (tren de gran velocidad) y las carreteras muy bien administradas permiten alcanzar incluso las ciudades más pequeñas.

Además del territorio metropolitano, Francia integra los departamentos de ultramar (DOM): Guadalupe, Martinica Guayana y la Reunión; los territorios de ultramar (TOM): Polinesia Francesa, Nueva Caledonia y Wallis-et-Futuna; y la categoría reciente de “Colectividades Territoriales” que se aplica a Mayotte y a St Pierre-et-Miquelon.

La superficie agrícola es del 33.46% del total. El relieve francés se caracteriza por las suaves llanuras y las colinas en el norte y en el este. El resto es montañoso, especialmente los Pirineos en el sur y los Alpes en el este. El punto más alto se encuentra en el Mont Blanc (4.807 m.)

Francia cuenta principalmente con los siguientes recursos naturales: carbón, hierro mineral, bauxita, cinc, uranio, antimonio, arsénico, potasa, feldespatos, fluorita, yeso, madera y pesca. En la Guayana francesa se puede encontrar oro y petróleo, entre otros.

Dunkerque, Le Havre, Brest, Saint Nazaire, Burdeos y Marsella son los puertos más importantes del país (sin descuidar las bases navales de Brest y Toulon). En Francia, existen más de 140 aeropuertos, internacionales y regionales. Paris tiene tres aeropuertos internacionales, de entre los más grandes de Europa, y cinco grandes estaciones de tren.

El gobierno francés controla gran parte de la actividad económica, y posee acciones en los sectores de la banca, la producción y la distribución de la energía, el sector automotor, los transportes y las telecomunicaciones. A pesar de esto, un movimiento europeo empujó al gobierno francés hacia la vía de la privatización (ex: EDF y GDF).

La lengua oficial es el francés. Si bien Francia tiene bien arraigadas sus culturas regionales y ancestrales, no existen barreras religiosas ni culturales que repercutan en los negocios con los franceses. Al contrario, la historia del país se refleja más en el aspecto social de hacer negocios.

3.8.2. Características de la población

Francia tiene en la actualidad 66.380.602 (2015) de habitantes en todo su territorio, además de una gran tendencia de sus habitantes a vivir en lo más importantes centros urbanos, razón por la cual sus ciudades son altamente pobladas con altísimos niveles de densidad demográfica.

En 2015, la población femenina fue mayoritaria, con 33.271.953 mujeres, lo que supone el 51,3% del total, frente a los 31.550.795 hombres que son el 48,7%.

3.8.3. Acceso

Por su parte, el transporte internacional de mercancías está dominado por el transporte marítimo. Este transporte es económico ya que Francia es fácilmente accesible gracias a su extensa fachada marítima. Cinco de los quince puertos más grandes de Europa están en Francia; están unidos entre ellos y comunican los grandes centros de consumo europeos del norte y sur gracias a una extensa red de líneas marítimas. Los puertos representan un 85% en volumen y un 66% en valor del comercio exterior de Francia.

3.8.3.1. Puertos

- **Le Havre**

Es el segundo puerto de Francia y el quinto puerto europeo. El puerto Havre está integrado con una importante zona comercial e industrial además de tener conexiones con las principales ciudades de Francia por vía férrea y por carretera. (Roissy, 2015)

Le Havre es líder en Francia del manejo de tráfico por contenedores con más del 60% de la administración que se realiza en los puertos de Francia por este concepto.

- **Puerto nuevo**

La economía de Marsella hoy en día está dominada por el Nuevo Puerto, perpendicular al viejo. Un puerto de contenedores comerciales y de transporte hacia el Mediterráneo.

La mayor parte del transporte que pasa por el puerto está relacionado con el petróleo, convirtiendo a Marsella en puerto más importante en Francia en este transporte y tercero de Europa. Marsella es un importante centro de comercio e industria de Francia con una excelente infraestructura como carreteras, puertos y aeropuertos.

- **Dunkerque**

Dunkerque es el tercer puerto más grande y de mayor tamaño al norte de Francia es el primer puerto de Francia para la importación de frutos en contenedores. Se encuentra al norte de Francia entre París y Bruselas.

También tienen importancia las industrias metalúrgicas alimentaria, petroquímica y naval. Las terminales del puerto se caracterizan por estar conectados directamente con la red de carreteras europeas evitando el tráfico local hacia y desde el puerto. Todos los muelles están conectados con la red ferroviaria eléctrica. Además se puede hacer conexión terrestre con diferentes países de Europa.

3.8.3.2. Aeropuertos

- **De Gaulle**

Es el principal aeropuerto de la nación gala y es uno de los más importantes de Francia está situado a 23 km al noreste de París.

- **París Orly**

El segundo aeropuerto de Paris es Orly, localizado a 16 kilómetros en el Sur de Paris - Hay varios medios disponibles para transportarse desde Orly al centro de París, y hoteles en el área de Disneyland. (Roissy, C, 2015)

3.8.4. Segmentación de mercado

3.8.4.1. Macro segmentación

Se debe realizar una macro segmentación del mercado o segmentación estratégica para así poder delimitar el mercado en el cual se desea competir, usualmente denominado mercado de referencia. Para alcanzar este objetivo se requiere una respuesta combinada a tres dimensiones: grupo de clientes interesados por el producto, funciones desarrolladas para los clientes. El segmento de que se ha elegido para este proyecto es la población objetivo del mercado es París donde la población es de 2218536 habitantes con una tasa de crecimiento del 0,43% que a continuación se detalla

3.8.4.2. Micro segmentación

El objetivo del micro-segmentación es destacar estos aspectos e investigar cuántos y cuáles de ellos son comunes a la mayor cantidad posible de los clientes, a fin de contar con un grupo que constituya un segmento razonable desde el punto de vista del interés comercial y económico. Para ello se realizara una clasificación psicografica de acuerdo a las siguientes variables.

Tabla 9: Clasificación psicografica

Variable	Descripción
Clase social	Alta, media, baja
Estilo de vida	Consumo de productos de calidad, nutritivos y de bajo costo
Valores	Familiar
Genero	Masculino y Femenino
Edad	Personas de toda edad
Actividad	Estudiantes, empleados, profesionales, deportistas
Interés	Satisfacción personal

Fuente: Investigación propia

3.8.4.3. Mercado objetivo

Relaciones comerciales entre Ecuador y Francia

Actualmente, las exportaciones ecuatorianas se benefician del SGP+ (periodo 2014-2016), renovable indefinidamente en lo que respecta a las condiciones de acceso (Resolución del Parlamento Europeo número 45, del 21 de octubre de 2010, sobre las relaciones comerciales UE-América Latina en el cual solo pueden acceder 16 países). Éstos países han sido calificados para recibir estas preferencias adicionales porque cumplen una serie de criterios como el ser considerados “vulnerables” en términos de tamaño o por la poca diversificación de sus exportaciones, así como haber suscrito e implementado 27 Convenciones Internacionales en materia de derechos humanos, condiciones laborales, desarrollo sostenible y gobernanza, entre otras.

La Unión Europea (UE) y Ecuador rubricaron en diciembre del 2014 el Acuerdo Comercial cuya negociación concluyó en junio, se espera que el mismo entre en vigor a mediados del 2016, momento hasta cuando se extenderán las preferencias de Ecuador en el Sistema General de Preferencias (SGP).

En relación al Acuerdo Comercial, la traducción de los textos se encuentra en proceso y para mediados de año se espera que se dé inicio a la ratificación del texto por el Parlamento y el Consejo Administrativo de Europa, seguido de esto, el documento deberá ser aprobado por los 28 países del bloque.

Las relaciones especiales que la Unión mantiene con los 79 países ACP en cuestiones de comercio y de ayuda se remontan a la firma de los Acuerdos de Lomé, en 1975. Para hacerlas aún más estrechas, se están negociando los llamados «acuerdos de asociación económica» (AAE), que combinarán el comercio y la ayuda de manera novedosa, ya que se anima a los países ACP a promover la integración económica con sus vecinos como primer paso hacia su integración global, al tiempo que buena parte de la ayuda se dedicará a la consolidación de los recursos institucionales y a la aplicación del principio de buena gobernanza. En virtud de los AAE, el desarrollo se convierte en la piedra angular de las relaciones entre la Unión y los países ACP

Francia, al ser parte de la Unión Europea, tiene suscrito varios acuerdo comerciales, entre los cuales se destacan los acuerdos de libre comercio de la UE con miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), concertados a principios del decenio de 1970, que continúan en vigor en los casos de Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza. Esos acuerdos abarcan productos industriales e incluyen concesiones sobre productos agropecuarios y de la pesca. Así como también se encuentran suscritos los siguientes acuerdos:

- Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (Acuerdo EEE).
- La relación entre la Unión Europea y Suiza (se rige por el Acuerdo entre las CE y Suiza de 1972).
- La Unión Europea con los países de la región de los Balcanes Occidentales.

Tabla 10: Balanza Comercial Ecuador – Francia

ACTIVIDAD	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	209,904	237,138	314,409	314,180	249,492
Importaciones	130,407	156,384	121,965	133,277	107,392
BALANZA COMERCIAL	79,947	80,754	192,444	180,902	142,101

Fuente: PRO ECUDOR

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.4.3.1. Principales importadores de papas.

Tabla 11: Principales importadores de papas.
LISTA DE LOS IMPORTADORES PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO

Producto: 0701 Patatas "papas" frescas o refrigeradas

Importadores	2012	2013	2014	2015
	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas	cantidad importada, Toneladas
Mundo	12345439	21067582	12218296	12093101
Países Bajos	2007480	1738624	1674903	1738180
Bélgica	1670211	1674800	1587261	1563066
España	697330	668702	623505	682071
Italia	667018	695396	627308	663577
Rusia	461124	448203	687740	549244
Alemania	855276	1080923	605903	524825
Portugal	429066	432720	373324	412512
Estados Unidos de América	352970	390746	466380	395363
Francia	407630	472481	387213	382375
Reino Unido	412553	636409	272112	276386
República Checa	116839	167689	207920	225559
Malasia	182011	193073	193971	213313
Nepal	144040	174006	186425	189234
Emiratos Árabes Unidos	181656	209409	215734	183641
Austria	112172	134874	139368	173661

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

3.8.4.3.2. Principales exportadores de papas

Tabla 12: Principales exportadores de papas

LISTA DE LOS EXPORTADORES PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO				
Producto: 0701 Patatas "papas" frescas o refrigeradas				
Exportadores	2012	2013	2014	2015
	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
Mundo	11297024	12632098	12137532	11707287
Países Bajos	1826654	2064339	2090290	1867160
Alemania	1972911	2234875	1653808	1714567
Bélgica	916897	988973	1040420	899867
Egipto	262985	427907	684693	600991
Pakistán	301594	488114	153715	464734
Canadá	408046	463442	514932	459013
Estados Unidos de América	448133	479174	421922	405656
China	357987	298437	540166	400092
Reino Unido	272984	286726	281797	299413
España	249533	239545	237680	286842
Kirguistán	62025	50018	33960	230988
Israel	210935	249456	259205	221005
India	115712	165855	300117	207853
Rusia, Federación de	27833	40472	38141	164061

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

3.8.5. Análisis y proyección de la demanda y oferta

3.8.5.1. Análisis de la demanda

3.8.5.1.1. Demanda histórica

Según datos obtenidos se puede verificar que existe un decrecimiento de consumo per cápita en Francia donde podemos obtener los siguientes valores de la demanda histórica

Tabla 13: Demanda histórica

AÑO	IMPORTACIONES
2010	414.352
2011	412.965
2012	407.630
2013	472.481
2014	387.213

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.1.2. Demanda actual

Tabla 14: Demanda actual

AÑO	PRODUCTO	IMPORTACIONES
2015	Patatas "papas" frescas o refrigeradas	382375

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.1.3. Proyección de la demanda

Tabla 15: Proyección de la demanda

AÑOS	Y	X	X2	X*Y
2011	412.965	-2	4	-825930
2012	407.630	-1	1	-407630
2013	472.481	0	0	0
2014	387.213	1	1	387213
2015	382375	2	4	764750
TOTALES	2062664	0	10	81597

Fuente: Investigación De campo
Elaborado por: Lourdes Duchi

$$a = \sum y/n \quad 412.532.8$$

$$b = \sum (X*Y)/X2 \quad 8.159.7$$

$$TM = a (b * X)$$

$$Yc \text{ 2020} = a + bx$$

$$Yc \text{ 2020} = 412532.8 + 8159.7 * 5$$

$$Yc \text{ 2020} = 453331.3$$

Tabla 16: Cifras de la demanda proyectadas al 2020

AÑO	FORMULA	CANTIDAD
2016	(a+bx*1)	420692.5
2017	(a+bx*2)	428852.2
2018	(a+bx*3)	437011.9
2019	(a+bx*4)	445171.6
2020	(a+bx*5)	453331.3

Fuente: Investigación De campo
Elaborado por: Lourdes Duchi

Análisis: La evaluación de las importaciones de papas frescas o refrigeradas son crecientes de modo que para el año 2020 se espera una importación de 453331.3 toneladas lo cual no indica que es una buena oportunidad comercial para las papas ecuatorianas.

3.8.5.2. Análisis de la oferta

La oferta del proyecto es el porcentaje de lo que vamos a exportar en base al déficit que existe en París - Francia, se ha tomado en cuenta el 20% de oferta para no sobredimensionar el proyecto y cubrir una parte de las necesidades del mercado de París

Tabla 17: Consumo per-cápita al 2020

AÑO	CNA	Población	Consumo per-capita
2015	382375.0	2 273 305	0,17
2016	420692.5	2291036	0,18
2017	428852.2	2326915	0,18
2018	437011.9	2381190	0,18
2019	445171.6	2456356	0,18
2020	453331.3	2553660	0,18

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.2.1. Déficit por habitante

El consumo recomendado según datos nutricionales y de la FAO es de 102 gr. diarios, lo que quiere decir que se recomienda consumir aproximadamente 36 kg de papas al año.

Tabla 18: Déficit por habitante

AÑO	CNA	Población	Consumo per-capital	Consumo recomendado (kg)	Déficit por habitante
2015	382375	2 273 305	0,17	36	-35,83
2016	420692.5	2291036	0,18	36	-35,82
2017	428852.2	2326915	0,18	36	-35,82
2018	437011.9	2381190	0,18	36	-35,82
2019	445171.6	2456356	0,18	36	-35,82
2020	453331.3	2553660	0,18	36	-35,82

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.2.2. Déficit total

El déficit total lo calculamos multiplicando la población por el déficit por habitante con lo que llegamos a la conclusión de que en el 2015 existe un déficit de -81456605 el cual se incrementa cada año lo cual es beneficioso para Ecuador ya que será un mercado seguro para nuestro producto.

Tabla 19: Déficit Total

AÑO	CNA	Población	Déficit por habitante	Déficit total
2015	382375	2 273 305	-35,83	-81456605
2016	420692.5	2291036	-35,82	-82056603,5
2017	428852.2	2326915	-35,82	-83340087,8
2018	437011.9	2381190	-35,82	-85285828,1
2019	445171.6	2456356	-35,82	-87983644,4
2020	453331.3	2553660	-35,82	-91478428,7

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.2.3. Oferta proyectada

La oferta del proyecto es el porcentaje de lo que vamos a exportar en base al déficit que existe en Francia, hemos tomado un 20% de oferta para no sobredimensionar el proyecto y cubrir una parte de las necesidades del mercado Francés. En el primer año se enviarán 12 contenedores y se irá aumentando 1 contenedor por año hasta el quinto año llegando a los 20 contenedores anuales los cuales se mantendrán los siguientes años.

Tabla 20: Oferta

Año	Adquisición anual de papas (quintales)	Adquisición anual de papas (kilogramos)	Total (TN)	% de exportación	Total (Kg)
2015	36000	1'636.363.53	1.632,93	20%	327.272.7
Total	3'600.000		1632.93	20%	327.272.7

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

De los cuales se ha determinado que 327.272.7 kg serán tomados para la exportación al mercado de París – Francia.

3.8.5.2.4. Oferta proyectada

$$M = C (1+i)^n$$

Referencias: M = Número de toneladas del último año o número de Toneladas proyectados

C = Número de toneladas del primer año

I = Tasa de crecimiento 1,9% = 0.019%

= Número de años

Tabla 21: Oferta proyectada

AÑO	FORMULA	CANTIDAD
2015	(1+i)n	327.272.7
2016	(1+i)n	333490.88
2017	(1+i)n	346283.92
2018	(1+i)n	366399.50
2019	(1+i)n	395049.58
2020	(1+i)n	434032.77

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.2.5. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha obtendremos del resultado de la siguiente formula:

$$DI = Dma - Of$$

Donde:

DI= Demanda Insatisfecha

Dma= Demanda de mercado anual

Of= Oferta

De esta manera tendremos el siguiente resultado

Tabla 22: Demanda insatisfecha

Año	Periodo	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
0	2015	81456605	327.272.7	81129332,3
1	2016	82056603,5	333490.88	81723112,6
2	2017	83340087,8	346283.92	82993803,9
3	2018	85285828,1	366399.50	84919428,6
4	2019	87983644,4	395049.58	87588594,8
5	2020	91478428,7	434032.77	91044395,9

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

3.8.5.2.6. Determinación de la oferta y aceptación del producto.

La determinación de la oferta se determinó en base a la observación realizada en el sector del cantón Riobamba donde se pudo comprobar que la producción de papas se lo realiza de acuerdo a las normas que rige la ley de nuestro país como el país importador Francia.

3.8.6. Socio comercial

Para llevar a cabo la exportación de nuestro producto el socio comercial será la empresa importadora ALHTO BRESTS. Esta es una empresa con amplia trayectoria y con una amplia cartera de productos congelados el, cual importa y exporta a distintitos países del mundo.

ALHTO BRESTS

Empresa importadora

Sitio web: <http://brets-fr.business1.com/es/>

Dirección: Route De Saint-Caradec BP 33

Código postal: 56920

Ciudad/Región: Saint-GÃ©rand

Teléfono: +33-297-259696

Fax: +33-297-259696

3.8.7. Canales de distribución

Un factor decisivo si se desea exportar a Francia es determinar la cantidad de producto disponible para entrar a ese mercado. Uno de los Principales errores para un pequeño y mediano productor es el no identificar en forma correcta la cantidad disponible para ofrecer en el mercado internacional y encontrarse con que, luego del primer pedido de prueba, no puede abastecer a su nuevo comprador por las cantidades solicitadas.

La venta de este producto en el exterior se realizará a través de intermediarios (agente, bróker), pues al ser una mediana empresa aún, se considera que es la mejor forma de llegar a nuestro mercado que es Francia y por ende al consumidor final. El exportador, con el contacto directo con el intermediario, podrá obtener datos sobre la aceptación del producto sugerencias y también las necesidades del cliente final. Estos factores sirven para mejorar el marketing.

El medio de transporte que se ha elegido de mutuo acuerdo es el Marítimo la mercadería luego de ser transportada hacia el puerto, será entregada a la consolidadora, de mutuo acuerdo con el bróker, quien es el que coordina el transporte hacia el puerto de destino “Puerto El Havre ”, y de manera segura, siendo esta la mejor alternativa de distribución.

3.8.8. Marketing

3.8.8.1. El producto

La papa tesoro de los andes

3.8.8.2. Valor nutricional

Valor nutricional papa pre frita congelada. En la siguiente tabla se detallan los principales nutrientes de las papas pre fritas congeladas.

Tabla 23 Valor nutricional papa pre frita congelada

Calorías	276 kcal.	Sodio	29 mg.
Grasa	13,50 g.	Carbohidratos	32,79 g.
Colesterol	0 mg.	Fibra	3,50 g.
Azúcares	0,70 g.	Proteínas	4,10 g.
Vitamina A	0,00 ug.	Vitamina C	16 mg.
Vitamina B12	0 ug.	Calcio	15 mg.
Hierro	0,90 mg.	Vitamina B3	3,10 mg.

Fuente: <http://alimentos.org.es/patatas-pre-fritas-congeladas>

3.8.8.3. Beneficios del producto

Las papas pre fritas congeladas, al ser un alimento rico en potasio, ayuda a una buena circulación, regulando la presión arterial por lo que es un alimento beneficioso para personas que sufren hipertensión. El potasio que contiene este alimento ayuda a regular los fluidos corporales y puede ayudar a prevenir enfermedades reumáticas o artritis.

3.8.8.4. Marketing mix

3.8.8.4.1. Logotipo

Imagen N° 2 Logotipo



Fuente: Investigación propia

3.8.8.4.2. Eslogan

Una delicia en tu mesa

3.8.8.4.3. Empaque y embalaje

El embalaje debe proteger los productos contenidos y mantenerlos juntos, contener un número uniforme de unidades de consumo, ser ergonómico en cuanto al peso, volumen y forma para facilitar su manipulación, resistir al apilamiento y permanecer estable durante el mismo, emplear el mínimo material posible y facilitar la apertura y comodidad para extraer el producto.

Se deberá cumplir con cada una de las disposiciones establecidas por la Unión Europea y cada uno de sus Estados miembros han notificado servicios de información en el marco del Acuerdo MSF.²⁴ La Dirección General de Salud y Consumidores de la Comisión Europea es el organismo de notificación de la UE.²⁵ Los Estados miembros son miembros de la Comisión del Codex Alimentarius, de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF). La UE es miembro del Codex y de la CIPF.

Los productos alimenticios importados deben cumplir las prescripciones pertinentes de la legislación sobre alimentos y sanidad animal de la UE; reunir las condiciones que la UE haya considerado equivalentes, como mínimo, a esas prescripciones; o cumplir las prescripciones contenidas en determinados acuerdos. La UE mantiene acuerdos sobre MSF con la AELC, Andorra, Canadá, Chile, los Estados Unidos, las Islas Feroe, Liechtenstein, México, Nueva Zelanda, San Marino y Suiza.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

Proyecto de exportación de papa pre fritas congeladas de la asociación de productores CONPAPA Chimborazo, ubicada en el Cantón Riobamba provincia de Chimborazo, hacia el mercado Francia- París.

4.1. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

4.1.1. Reseña histórica

“CONPAPA CHIMBORAZO”, domiciliado en el cantón Riobamba, Sector El Troje – Barrio la Inmaculada.

Se trabaja en una economía social y solidaria, donde nos organizamos y desarrollamos procesos de producción, intercambio, comercialización asociativa, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

4.1.2. Misión

La misión de CONPAPA es constituirse en una organización que represente los intereses de los productores agropecuarios. Fomentar la participación y concertación de los pequeños productores para la generación de acuerdos internos y alianzas. Generar capacidades en socios, directivos y técnicos para llevar adelante los servicios y acciones en apoyo a los pequeños productores agremiados e incidir en políticas públicas. Producir, transformar y comercializar continuamente productos de calidad en diferentes mercados, utilizando tecnologías adecuadas y amigables con el medio ambiente Difundir información y rendir cuentas.

4.1.3. Visión

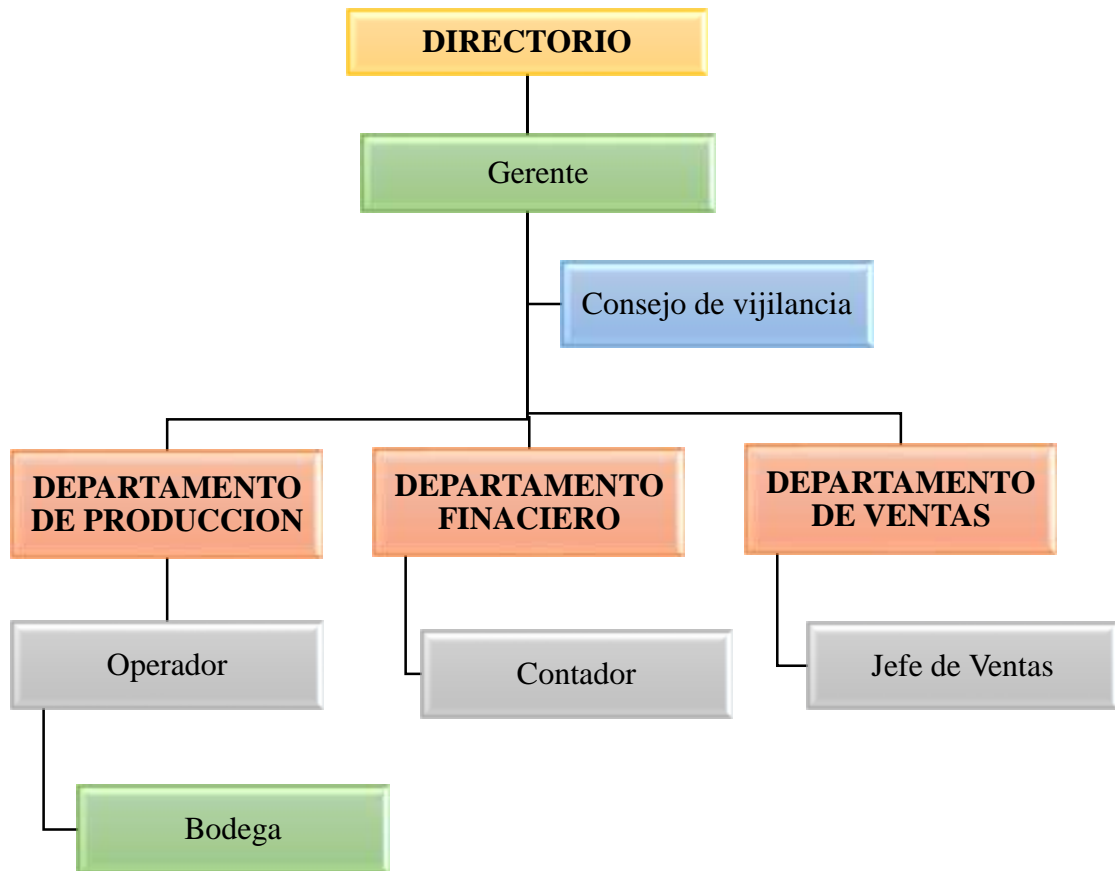
El CONPAPA es reconocido por instituciones públicas y privadas locales y nacionales como organización gremial fuerte que representa a los pequeños productores y, en el mercado como una empresa posicionada, consolidada, con capacidad de gestión e innovación, comercializando productos diversificados con valor agregado y con una marca propia reconocida.

Nuestros socios producen con calidad en base a planes de producción que responden a las necesidades de nuestros clientes.

4.1.4. Valores

- La organización cuenta con producción constante de calidad, además el equipo cuenta con capacidades en distintas disciplinas.
- La organización tiene una buena red de contactos.
- Tiene convenios con instituciones públicas y privadas.
- El producto final es el resultado de un proceso social.
- Se cuenta con una marca registrada y además se dispone de equipos y materiales básicos para el procesamiento.
- Naturalmente por ser los productores directos, CONPAPA está buscando patentar la marca de papa chips de colores como RAÍZ DE VIDA y así autenticar nuestro producto.

4.1.5. Organigrama de la cooperativa



4.1.6. Objetivo de la propuesta

- Alcanzar reputación internacional mediante la satisfacción de las exigencias del mercado meta al cual se proyecta llegar con las papas pre fritas congeladas.
- Satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la calidad de las papas que se va a entregar y la logística que se va a utilizar para esta operación.

4.1.7. Finalidad de CONPAPA Chimborazo

Incrementar los ingresos, utilizando la papa para elaborar productos con valor agregado siguiendo la tendencia de nuestro país como lo es en el cambio de la matriz productiva.

4.1.8. Imagen corporativa

El CONPAPA, promueve la capacitación y el desarrollo de habilidades técnicas de sus socios, directivos y técnicos a través de diversos eventos como: talleres, intercambios de experiencias a nivel local, nacional e internacional, en temas de liderazgo, gestión empresarial, normativas jurídicas y tributarias. Con el fin de garantizar un correcto manejo de la organización. Estableciendo al ser humano como el principal actor para un desarrollo sustentable.

4.1.8.1. Logo

Imagen N° 3 Logo



Fuente: Conpapa Chimborazo

4.1.8.2.Slogan

Consortio de la papa

4.1.9. Análisis del mercado importador

París es uno de los motores de la economía mundial. París es esencialmente una economía de servicios: el 45% del PIB de la región de París está compuesto por servicios financieros, inmobiliarios y soluciones de negocios. Casi la mitad del PIB de la Región de París se genera con el sector empresarial y los servicios financieros. El sector financiero del país se concentra en esta ciudad.

La región de París sigue siendo una de las potencias manufactureras de Europa, debido al gran tamaño de su economía, con un cambio de la industria tradicional a la alta tecnología.

Su economía se sostiene fundamentalmente en la fabricación de maquinarias de todo tipo. Es de destacar también la producción de artículos de lujo, como la alta costura, las joyas y los perfumes. En su puerto sobre el Atlántico en la ciudad de E Le Havre, moviliza el cuarto mayor volumen de tonelaje en Europa. El sector agrícola francés se mueve mayoritariamente en esta ciudad, que posee la mayor bodega de mercancías agrícolas del mundo. Paris cuenta con una población de 2.218.536 millones de habitantes.

4.1.9.1. Economía

En 2014, Francia dejó de ser la quinta potencia económica mundial, superada por el Reino Unido. El país tiene dificultades para dejar atrás la crisis, aunque el crecimiento del PIB se ha recuperado (1,2%) en 2015, impulsado por el consumo público y el consumo de los hogares. Se espera que en el 2016 el crecimiento aumente a 1,4%, aunque esto es todavía menor al crecimiento previo a la crisis.

El año 2015 presenció una recuperación económica gracias al consumo. El crédito fiscal para la competitividad y el empleo (CICE) y los costos menores de energía han permitido a las empresas recuperar sus márgenes, y la debilidad del euro ha alentado las exportaciones. No obstante, el país debe enfrentar un déficit presupuestario estructural y una deuda pública que incrementa. El presupuesto para 2016 incluyó una reducción del gasto público de 16 mil millones EUR, con el objetivo de ahorrar 50 mil millones EUR entre 2015 y 2017. Además, Francia se había comprometido a reducir su déficit público a 3,3% del PIB para 2016, como exige la Comisión Europea. Sin embargo, los ataques perpetrados en noviembre de 2015 pusieron este compromiso en segundo plano, con el gobierno anunciando la creación de 8.500 nuevos empleos relacionados a la seguridad. Las elecciones legislativas y presidenciales que se llevarán a cabo en abril de 2017, lo harán en un contexto de sentimiento anti-gobierno y de creciente popularidad de la extrema derecha. Después de los ataques de noviembre de 2015, el presidente declaró estado de emergencia. Se necesitan reformas estructurales para hacer frente a los numerosos desafíos del país: reducir el déficit presupuestario, controlar el incremento de la deuda pública, fomentar el empleo, mejorar la competitividad, promover el desarrollo industrial y asegurar la justicia intergeneracional.

La crisis financiera ha generado índices de desempleo y precariedad sin precedente. La tasa de desempleo fue de 10,2% en 2015. Se espera que ésta disminuya gradualmente (10%) en 2016.

Tabla 24: Indicadores de crecimiento

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
PIB (miles de millones de USD)	2.809,39	2.843,67	2.420,16	2.488,28 e	2.570,02
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	0,6	0,6	1,3	1,3e	1,3
PIB per cápita (USD)	44.105	44.445	37.653	38.537e	39.621
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	92,4	95,3	96,1	97,2e	97,8
Tasa de inflación (%)	1	0,6	0,1	0,3e	1
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-0,9	1,1	0,2	-0,5e	-0,4

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

4.1.9.1.1. Principales sectores económicos

Francia es la mayor potencia agrícola de la Unión Europea (aporta un cuarto de la producción agrícola total). Sin embargo, este sector representa una mínima parte del PIB del país y emplea a menos de 3% de la población. La actividad agrícola francesa recibe importantes subvenciones, procedentes en su mayor parte de la Unión Europea. Francia produce principalmente trigo, maíz, carne y vino.

La industria manufacturera de Francia está muy diversificada, pero el país se encuentra inmerso en un proceso de desindustrialización que se traduce en numerosas deslocalizaciones. Los sectores industriales clave en Francia son las telecomunicaciones, la electrónica, la automoción, el sector aeroespacial y el armamentístico.

El sector terciario representa cerca de 80% del PIB francés y emplea a casi tres cuartos de la población activa. Francia es el primer destino turístico del mundo, con 83,7 millones de turistas en 2014 (0,1% más que en 2013). Los ataques perpetrados en París en Enero y Noviembre de 2015 podrían, sin embargo, llevar a un descenso del número de turistas que visitan el país.

Tabla 25: Repartición de la actividad económica por sector.

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector (en % del empleo total)	2,8	20,5	75,8
Valor añadido (en % del PIB)	1,7	19,5	78,8
Valor añadido (crecimiento anual en %)	-4,4	0,9	1,3

Fuente: World Bank, 2015

4.1.10. Marketing y Comercialización

4.1.10.1. Comercialización

Comercialización es un conjunto desde que el producto sale desde la empresa (punto de origen) hasta que llegue al consumidor.

4.1.10.2. Marketing

Marketing tiene como finalidad despertar el deseo del público objetivo seleccionado para que se sienta atraído y compre los productos para lo cual se va a utilizar las cuatro variables para poder obtener ventas efectivas del producto a exportar estas Variables son : precio ,promoción ;logística Para ello, se establecen objetivos comerciales y estrategias para alcanzarlos.

Las estrategias de marketing de la CONPAPA CHIMBORAZO para la exportación de papas pre fritas congeladas estará dirigido al mercado objetivo de acuerdo a la cantidad del producto que posee la empresa mediante alianzas estratégicas con los productores de la comunidad e entidades estatales y privadas que promocionan los productos no tradicionales a precios accesibles para el cliente, en el tiempo que sea necesario y en el lugar convenido con el fin de apoyar a la diversificación de la exportaciones.

4.1.10.2.1. Presentación de producto

Las estrategias de producto que se considera en el proyecto son:

- En cuanto a la presentación del producto será mediante la selección y control de calidad que cumpla con los normas de higiene mediante la obtención de certificados de calidad que genere satisfacción al cliente y tenga ventaja competitiva en el mercado.
- Mayor valor agregado mediante la utilización de maquinarias óptimas para el proceso de limpieza con respectivo cuidado en la manipulación.
- Incrementar paulatinamente el nivel de producción para complementar la demanda insatisfecha.
- Desarrollar el envase y el empaque considerando cuatro aspectos básicos: protección, promoción tamaño y forma en las que debe presentar el producto al cliente.

4.1.10.2.2. Estrategias de Plaza. Canales de distribución

El canal de distribución considerado para el proyecto es de acuerdo al perfil PRO ECUADOR diseñado para mercados internacionales, realizado con el fin de que el producto llegue con mayor facilidad hacia los consumidores y así poder satisfacer al cliente, por consiguiente se sugiere el siguiente canal de distribución:

Imagen N° 4: Canal de distribución



Fuente: PRO ECUADOR
Elaborado por: Lourdes Duchi

De acuerdo al gráfico, el canal de distribución es largo por ser un mercado internacional, inicia con la salida del producto del exportador “desde la cooperativa ” el producto es recibido por el importador francés en París y él se encarga de realizar la distribución a los puntos de venta como en los principales supermercados de mayor concurrencia de los consumidores como también se encarga de distribuir a tiendas minoristas y finalmente llega al consumidor final, se ha considerado este canal porque generalmente en una exportación para cualquier parte del mundo interviene un importador que se encarga de distribuir dentro del país del destino.

4.1.10.2.3. Estrategias de promoción

Para ésta estrategia el proyecto considera medios de promoción y publicidad mediante un análisis continuo de las estrategias de los competidores, de acuerdo a este análisis se diseñará mayor valor agregado en cuanto a la presentación del producto para mantener al borde de la competencia.

La promoción es una parte fundamental para asegurar el éxito del producto en el mercado representa la inversión que efectuó el productor para dar a conocer el marca ante el consumidor final.

Para optimizar los costos de publicidad para la cooperativa se utilizara tecnologías de información y comunicación como sitios web y redes sociales.

4.1.10.2.4. Estrategias de comercialización

En cuanto a las estrategias de la comercialización de papas pre fritas congeladas se ha tomado en cuenta las siguientes.

- Ferias internacionales
- Aprovechar el acuerdo bilateral que tenga el país con Francia.
- Dar mayor valor agregado al producto
- Cumplir con las normas y estándares de calidad

- Estableces alianzas estratégico con diferentes entidades estatales para dar a conocer el producto.
- Mantener en constante plan de mejora y actualización de información del mercado objetivo
- Considera el uso de las tecnologías de información y comunicación

4.1.10.2.5. Precio del producto a exportar

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio

Para la determinación del precio se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

- El costo de producción
- El margen de utilidad
- La posible demanda
- Los factores competitivos

4.1.10.3. Precio

Para determinar el precio externo del producto en Francia se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Tabla 26: Town Down

Descripción	Costo Unit.	N° cajas (kg)	costo Total
Cajas de (40.5) kilogramos de papas pre fritas	101,25	750	75.937,50
(+) Costo de Producción	20,00		15.000,00
(+) Embalaje (Fundas, empaque, embalaje)	10,00		7.500,00
			98437,50
(+) Rentabilidad 25%	32,81		24609,38
(=) EXW	164,06		123046,88
(+) Flete Interno Riobamba - Guayaquil	1,07		800,00
(+) Seguro Interno Riobamba - Guayaquil (3,6%)	0,11		80,00
(+) Tramite de Aduana DAE	0,33		250,00
(+) Tramite de Aduana Cambio de ciudad	0,20		150,50
(+) Tramite de Inspección Antinarcoáticos	0,27		200,00
(+) Tramite certificado de origen	0,27		200,00
(+) Agente Aduanero	0,27		200,00
(=) FOB	166,57		124927,38
(+) Flete Internacional Guayaquil- Francia le Havre	4,75		3562,50
(+) Seguro Internacional (4%)	0,19		142,50
(=) CIF	171,51		128632,38
(+) Estiba y Almacenamiento	0,39		292,50
(+) Gastos Aduaneros	0,75		562,50
(+) Flete Interno Francia- Bodega Comprador	0,23		172,50
(=) DDP	172,88		129659,88
(+) Utilidad del Importador (75%)	129,66		97244,91
	302,54		226904,78
(=) Impuestos Locales 10%	30,25		22690,48
PRECIO FINAL	332,79		249595,26

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un período de operación normal para poder cumplir con los requerimientos del mercado.

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación, puede plantearse por indicadores indirectos, como el monto de inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado.

4.2.2. Localización

El tamaño de la localización mutuamente se influye. Tiene como propósito localizar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias del proyecto para que contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos de gastos durante el periodo del proyecto.

4.2.2.1. Macro localización

El proyecto estará ubicado en el cantón Riobamba ya que se ha convertido en un sector importante de producción de papas los que nos beneficia para el futuro del centro de acopio y su exportación.

4.2.2.2. Micro localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario por ende estará ubicado en el Cantón Riobamba perteneciente a la provincia de Chimborazo.

4.2.3. Ingeniería

Nombre del proyecto

Exportación de papas pre fritas congeladas de la cooperativa de productores CONPAPA Chimborazo.

Giro de la empresa

Elaboración y exportación de papas pre fritas congeladas.

Tipo de cooperativa

Elaboración y exportación.

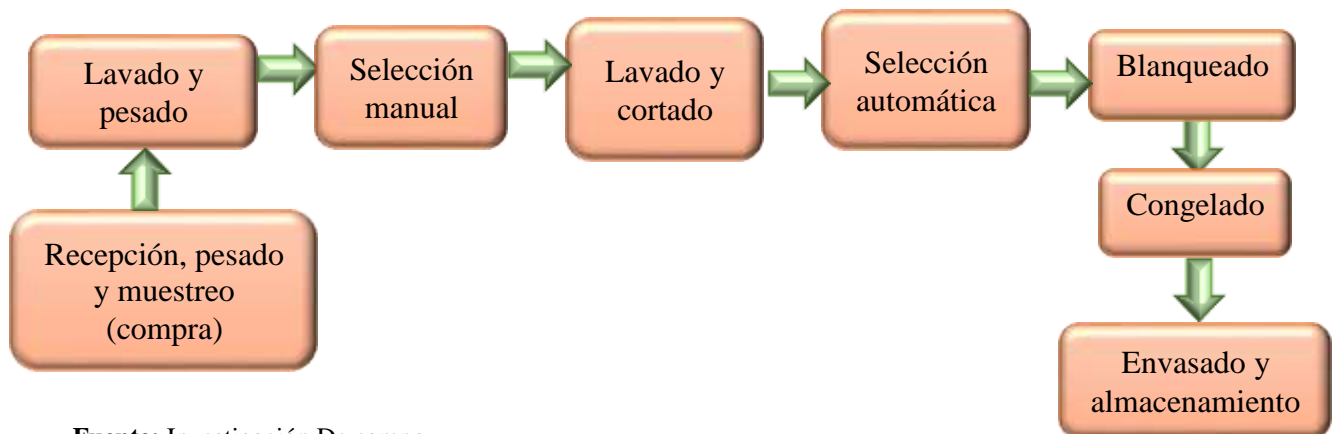
Obligaciones de la empresa

La cooperativa de productores estará sujeta a las siguientes obligaciones.

- Ruc
- Registró de la Cámara de Comercio
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Registro Sanitario
- Control de Calidad
- Permiso de agro calidad

Contamos con directivos, técnicos locales y socios comprometidos, capacitados, transparentes, solidarios, con conciencia del cuidado del medio ambiente, con capacidades para concertar y participar en alianzas con otros productores e instituciones

4.2.4. Distribución de la planta



Fuente: Investigación De campo
Elaborado por: Lourdes Duchi

4.2.5. Variedades de tubérculos seleccionados para la producción papas pre fritas congeladas

La I-Fripapa y Superchola, presentan los estándares adecuados para el procesamiento de papas pre fritas tipo bastón congeladas.

- **I-Fripapa:** es una variedad de papa, con aptitud para procesamiento en forma de hojuelas “chips” y papa frita tipo bastón. La forma del tubérculo es oblonga, color de piel rosada con ojos superficiales, bien distribuidos en el tubérculo, color de pulpa amarilla.

Imagen N° 5: I-Fripapa



Fuente: INIAP

- **Superchola:** Esta variedad fue generada en 1984 por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP). Proviene de los cruzamientos realizados con las variedades (Curipamba negra x *Solanum demissum*) x (clon resistente con comida amarilla x chola seleccionada).

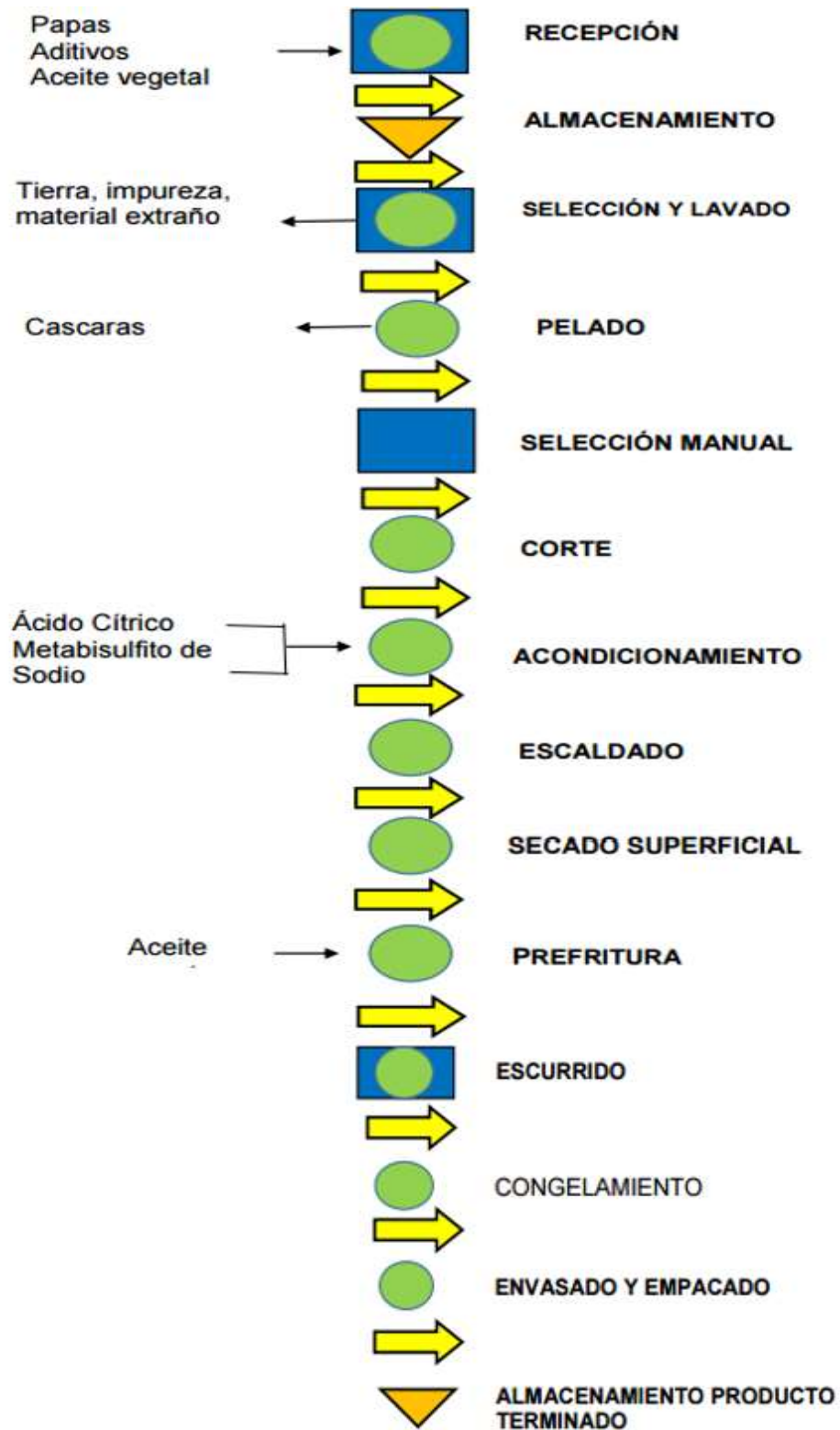
Imagen N° 6: Superchola



Fuente: INIAP

4.2.6. Flujograma de procesos

Imagen N° 7: Flujograma de procesos



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7. Procesos de producción

4.2.7.1. Recepción de materia prima.

Papas: Variedad óptimas para el procesamiento: I-Fripapa, superchola. Se debe considerar los siguientes requisitos para la aceptación del producto: Enteras y con la piel bien formada, es decir exentas de toda mutilación o ataque que tenga por efecto de alterar su integridad; Sanas, quedando excluidos los productos que presenten podredumbre u otras alteraciones que hagan impropios para el consumo; Limpias, exentas de materias extrañas visibles; Exentas de plagas, olores y/o sabores extraños.

Aceite: Aceite vegetal con excelente aroma, hidrogenado, refinado, blanqueado y desodorizado con antioxidantes añadido, libre de ácidos grasos y aptos para el consumo humano. El aceite debe ser indicado para el uso de freidoras profundas.

Aditivos alimentarios: Ácido Cítrico (E330): Actúa como agente secuestrante, evita el oscurecimiento que se produce en las superficies cortadas de vegetales y frutas. Metabisulfito de Sodio (E223): Es un auxiliar de elaboración, obtiene alta solubilidad en agua, impide las reacciones de oscurecimiento de Maillard y tiene una acción inhibidora sobre la enzima polifenol oxidasa (PPO). Se recomienda de 0,01% a 0,05% p/v (2).

4.2.7.2. Almacenamiento de materia prima

Para que no aumente el contenido de azúcares reductores, las papas luego de ser seleccionadas deben de ser conservadas en una cámara con una temperatura entre 10°C - 16°C y 90-95% de humedad relativa por un periodo máximo de 14 días.

Imagen N° 8: Almacenamiento



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.3. Selección y Lavado

En esta etapa se procede a sacar materias primas que presenten algún daño, sea este provocado en la etapa de la transportación o en el almacenamiento.

El uso de agua para el lavado varía entre material y variedad de papa recibida.

Imagen N° 9: Selección y Lavada



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.4. Pelado

Durante esta etapa se generan desperdicios comunes como la cáscara, la cual será eliminada por el método de abrasión con chorros de agua.

Imagen N° 10: Pelado



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.5. Selección manual

En esta etapa, de forma manual se retira de las papas los puntos negros (ojos) o restos de cascara que no hayan salido por medio de la abrasión, obteniendo así el peso de este desperdicio.

Imagen N° 11: Selección manual



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.6. Corte

En esta etapa, la materia prima es cortada tipo bastón de forma liso y ondulado , con especificaciones como el espesor de 0,2 mm y las dimensiones de la superficie más ancha que debe estar entre 12 – 16 mm.

Imagen N° 12: Corte



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.7. Acondicionamiento inmersión en solución inhibidora

Se procede a sumergir los bastones de papa en una solución inhibidora de 1,5% p/v de Ácido Cítrico y 0,01% p/v de Metabisulfito de Sodio por un lapso de 30 minutos.

4.2.7.8. Escalado

El escaldado promueve que el producto tenga un color más uniforme, disminuye la absorción de aceite por ende reduciendo el tiempo de pre fritura y mejorar la textura. La temperatura y tiempo en esta etapa será de 85°C por 5 minutos.

Imagen N° 13: Escalado



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.9. Secado superficial

En esta etapa, se realiza la eliminación del exceso de agua en los bastones de papas, donde el producto es sometido a una corriente de aire de vapor sobrecalentado. El producto permanecerá en el secador por un tiempo aproximado de 2 minutos y alcanzara una temperatura de 65°C aproximadamente.

Imagen N° 14: Secado superficial



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.10. Pre fritura

Se realiza el pre fritura por el método de inmersión profunda, la temperatura optima de 180°C por 2 minutos, debido a que en estas condiciones los bastones de papas obtienen características favorables en cuanto a textura y color.

Imagen N° 15: Pre fritura



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.11. Ecurrido

En esta etapa, se retira el exceso de grasas (aceite) del pre fritura, además se realiza una inspección visual a los bastones de papas pre fritas para descartar las piezas oscuras.

Imagen N° 16: Ecurrido



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.12. Pre enfriamiento

Las papas pre fritas son enfriadas para su posterior congelación. Son enfriadas mediante aire y transportadas al túnel de congelamiento. La temperatura de pre enfriamiento es de 6°C.

4.2.7.13. Congelamiento

En esta etapa las papas son congeladas con un gas criogénico. El proceso de congelamiento IQF es rápido por lo que se forma cristales de hielo de tamaño pequeño dentro de las células. Los bastones de papas pre fritas pasan por el túnel a -39°C por 20 minutos (15)

Imagen N° 17: Congelamiento



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.14. Envasado y empaçado

Las papas pre fritas congeladas son empaçadas en bolsas polietileno de baja densidad en presentaciones de 2 kg, luego son empaçadas manualmente en caja de cartón corrugado, el cual constituye como protección del producto en el transporte y comercialización.

Imagen N° 18: Envasado y Empacado



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.15. Almacenamiento de producto terminado

Para mantener la cadena de frío el producto debe ser almacenado en cámaras de congelación a una temperatura de -18°C . La vida útil del producto luego de la fecha de elaboración es de 24 meses bajo las condiciones de congelación -18°C .

Imagen N° 19: Almacenamiento del producto terminado



Fuente: Investigación propia
Año: 2015

4.2.7.16. Proceso de exportación

En todo proceso de exportación o importación es fundamental el comercio exterior para un educado proceso de la documentación, tramitología y requisitos exigidos por el país importador así como el país importador.

4.2.7.17. Aspecto legal para la exportación.

Tabla 27: Ficha técnica

Producto	Papas las demás (frescas o refrigeradas)
Subpartida:	2004.10.10.100
País Importador:	Francia
País Exportador:	Ecuador
Empresa	Altho Brests
Vía transporte	Marítima
Puerto origen	Guayaquil
Puerto destino	El Havre

Fuente: Investigación De campo
Elaborado por: Lourdes Duchi

4.2.7.18. Partida arancelaria

Tabla 28: La partida arancelaria

Código	Descripción	Autorización para importar	Autorización para exportar	Arancel
701900000	Papas las demás (frescas o refrigeradas).	Habilitada	Habilitada	%

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

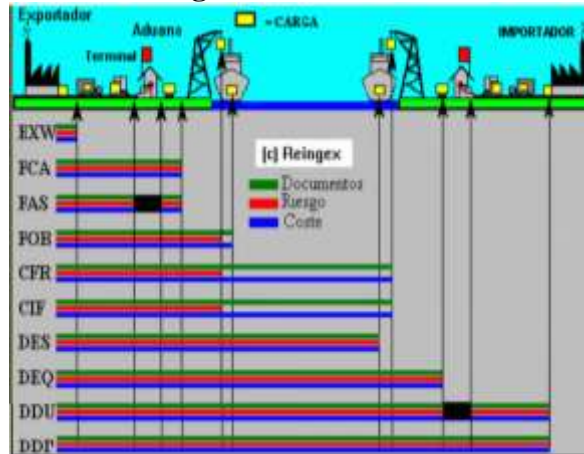
4.2.7.19. Incoterms

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

El Incoterms determina:

- El alcance del pericó
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador
- El lugar de entrega de la mercadería
- Quien contrata y paga el transporte
- Quien contrata y paga el seguro
- Que documentos tramita cada parte y su costo

Imagen N° 20:Incoterms



Fuente: imágenes de googl

4.2.7.19.1. Incoterms con el que trabajara en este proyecto

La exportación de la papas pre fritas que se recomienda que utilice CONPAPA es el Incoterms FOB (Free on Board), debido a que es el más utilizado en las negociaciones internacionales ya que los costos son más bajo, además el transporte de vía marítimo tanto los riesgos y costos de la mercancía son responsabilidad del importador.

FOB (Franco a

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2015).

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

Obligaciones del vendedor

- Entregar la mercadería y documentos necesarios

- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agente).

Obligaciones del Comprador

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro del lugar de exportación al lugar del destino.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agente)
- Aduana (documento, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete (lugar de importación)

4.2.7.20. Transporte

El transporte a utilizar en la exportación de papas pre fritas congeladas será por vía marítima debido a que este medio de transporte es menos costoso para la exportación del producto.

4.2.7.21. Contenedor

Se exportara hacia el mercado de Paris, un contenedor de 40 pies de manera mensual con esto se puede abastecer a un porcentaje de la demanda insatisfecha.

Refrigerados o Reefer: Con sistema para conservar la temperatura, bien sea frío o calor.

Imagen N° 21 Contenedor Reefer 40''

CONTENEDOR REEFER 40'			
PESO	VACÍO	PESO MÁXIMO	
	4.500 KG	30.400 KG	
MEDIDAS	EXTERNO	INTERNO	PUERTAS ABIERTAS
LARGO	12.192 mm	11.575 mm	
ANCHO	2.438 mm	2.285 mm	2.280 mm
ALTO	2.591 mm	2.250 mm	2.200 mm
VOLUMEN	33,30 m3 (380/440V, 50/60 HZ, +25°/-25°)		

Fuente: Imágenes google

4.2.7.22. Condiciones de pago

Carta de crédito: Es una herramienta de pago que se rige de acuerdo a normas internacionales. Este instrumento permite que una persona indique a un banco que concrete un pago a un tercero, siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones. Documentación, como la factura de compra, certificados aduaneros, etc.

Es la forma más segura y recomendable para el nuevo exportador. Si el pago de sus exportaciones es mediante una 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. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2014)

4.2.7.23. Requisitos y documentos para exportar

Antes de exportar debe realizar los siguientes pasos.

- **Obtener “El Registro Único de Contribuyentes (RUC)”**

Es un documento que identifica como contribuyente ante la administración tributaria ecuatoriana, a personas naturales o jurídicas, con o sin fines de lucro, para permitirles desarrollar formalmente una actividad económica.”

- **Certificado digital**

Los productores de papas pre fritas congeladas de la cooperativa de productores agropecuarios CONPAPA Chimborazo del cantón Riobamba están en la obligación de obtener el certificado digital para la firma electrónica y autenticación de acuerdo a los siguientes pasos:

Requisitos para obtener el certificado digital de firma electrónica y token

Registro de personas naturales y de personas en función de dependencia de empresas o compañías:

Paso previo solo para empresas o compañías:

- Ingresar al portal de Certificación Electrónica www.eci.bce.ec, opción “Firma Electrónica”, dar clic en “Registro Empresa u Organización”. Completar los campos solicitados y adjuntar los archivos requeridos en formato PDF. Posteriormente recibirá dos correos electrónicos, uno de recepción de registro y otro de aprobación del mismo.
- Ingresar al portal de certificación electrónica www.eci.bce.ec, seleccionar el menú “Certificación Electrónica”, opción “Firma Electrónica”, y dar clic en la opción “Solicitud de Certificado”.
- Verificar el listado de los documentos en formato PDF que se deberán adjuntar posteriormente. Escoger la opción “Ingresar la Solicitud”, completar los datos, enviar la solicitud de certificado e imprimirla.

Persona jurídica:

- Conocer el número de RUC de la empresa.
- Copia de cédula o pasaporte a color.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Copia del Nombramiento, Acción de Personal o Certificado Laboral que indique el cargo firmado por el representante.
- Autorización firmada por el representante legal. (Descargar y completar modelo de oficio).

Persona natural:

- a) Copia de cédula o pasaporte a color
- b) Copia de papeleta de votación actualizada,
- c) Copia planilla de servicios básicos (último mes) para validar la dirección.

Al ser aprobada la solicitud y luego de haber realizado el pago, el solicitante debe asistir a la cita designada por el asesor (trámite de carácter personal), con toda la documentación

original o copias notariadas, para la entrega del Token y la clave.” (PROECUADOR, 2013)

Permite firmar digitalmente uno o varios documentos en formato PDF, P7m; sellado de tiempo y validación de documentos firmados mediante el uso de certificados de firma electrónica en archivo o TOKEN, emitidos por el Banco Central del Ecuador.

Imagen N° 22 Certificado digital y token



Fuente: Banco central del ecuador

4.2.7.24. Registro como exportador (ECUAPASS)

Una vez adquirido el RUC y el certificado digital el siguiente paso es registrarse como exportador en el ECUAPASS desde un punto de acceso virtual, donde se pueden desarrollar los trámites de autorización para la exportación o importación, para que CONPAPA Chimborazo y cualquier empresa se establezca como exportador debe cumplir los siguientes pasos:

1. Ingresar al portal de Ecuapass, introduciendo la siguiente dirección: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014)
2. Click en la opción “Solicitud De Uso”.
3. Se desplaza la siguiente página, en la misma que se deberá Crear el usuario y contraseña, donde se registre los datos:
 - Ruc
 - Razón Social
 - Dirección de la empresa
 - Teléfono de la empresa
 - Información del representante lega

4. El representante legal proseguirá a ingresar la información de manera digital, según la ubicación de certificación.
5. A continuación, se acepta las políticas de uso para r continuar, y obtener el contrato que regulará las relaciones que lo realizará a través de ECUAPASS.
6. Se accede al portal ECUAPASS y a continuación se dirige a la ventanilla única.

Se aplica los siguientes procedimientos:

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

Imagen N° 23 Registro ECUAPASS



Fuente: ECUAPPAS
Año: 2015

4.2.7.25. Proceso Aduanero

Según (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014) se inicia con el envío de manera electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que será acompañada de la respectiva factura, proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, donde se inicia y crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

Los datos que se entregarán en la DAE son:

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

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

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

Una vez aprobada la DAE el trámite realizado, la mercadería ingresa a Zona Primaria del sector en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

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

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

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

Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

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

- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pro Ecuador

4.2.7.26. Documentos de exportación

Los documentos requeridos para exportar son los siguientes:

a) Factura proforma

Generalmente se utilizan hojas con membrete para confeccionarla; la descripción debe ser lo más detallada posible y los datos que debe contener son los siguientes:

- Datos del Exportador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Factura Pro Forma No
- Fecha y lugar de emisión
- Datos del Importador
- Nombre
- Dirección
- Teléfono
- Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total

- Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm
- Plazo de validez
- Firma del exportador.

b) Factura comercial

Se conformara una empresa exportadora de papas la cual emitirá la factura comercial en función del precio acorde al volumen acordado. Esta factura es una constancia para el comprador para demostrar la pertinencia sobre los mismos en el destino. En el proceso, la aduana requerirá la factura para valorar las tarifas a cancelar y si esta esta emitida con autorización del SRI.

Incluyen los siguientes datos:

- Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

c) **Certificado de origen**

Documento que permite certificar en donde la mercadería fue elaborada o producida atendiendo a las normas y especificaciones que le permitieron calificar. En este caso, se detallan dos tipos de certificado posible:

- Preferencial por acuerdos bilaterales, en este caso celebrados entre Ecuador y París-Francia.
- Normas de origen no preferencial como Trato de la Nación más favorecida, antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias, cupos.

Para obtener el certificado de origen, la empresa constituida presentará los siguientes documentos:

- Factura Comercial
- Declaración de Origen
- Formulario de Origen sellado y firmado

Mediante el Certificado de Origen registra la descripción de la mercadería y su clasificación arancelaria.

Pasos para obtener el certificado de origen

Paso 1:

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)

Paso 2:

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.

Paso 3:

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.

d) Certificado fitosanitario

Cualquier producto de origen vegetal ya sea fresco o congelado para poder ser exportado necesita un certificado fitosanitario otorgado por Agrocalidad dependiendo los requerimientos del país de destino, previamente se debe verificar el estatus fitosanitario del producto a ser exportado para comenzar con el trámite.

Los documentos requeridos para el registro en Agrocalidad como productor o exportador de productos de origen vegetal son los siguientes:

- RUC, copia de cédula
- Constitución de la empresa, nombramiento del representante legal (persona jurídica),
- Croquis de ubicación del centro de acopio (exportador) y cultivo (exportador - productor)
- Factura de pago según la solicitud de registro.

Los documentos requeridos para obtener el certificado fitosanitario de los productos de origen vegetal son los siguientes:

- Registro como operador en Agrocalidad
- Copia del manifiesto de embarque
- Factura proforma u otro documento que indique información del envío.

En el caso de pre-inspección se emitirá un certificado provisional que se canjeará por el Certificado Fitosanitario en el punto de control. En el caso de una inspección una vez aprobada se otorgará el Certificado Fitosanitario para el envío a realizarse

4.2.7.27. Trámites de exportación

El trámite de exportación al interior de la aduana consta de dos fases las cuales son:

- **Pre-embarque**

El proceso de exportación inicia con la electrónica de la DAE por parte del declarante, la misma que es acompañada de una factura o proforma y documentación que se requiere previo a la exportación; dicho documento no es una simple intención de exportación, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el servicio nacional de aduanas de Ecuador.

Documentos:

Factura comercial original/ proforma.

Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite)

Certificado de origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

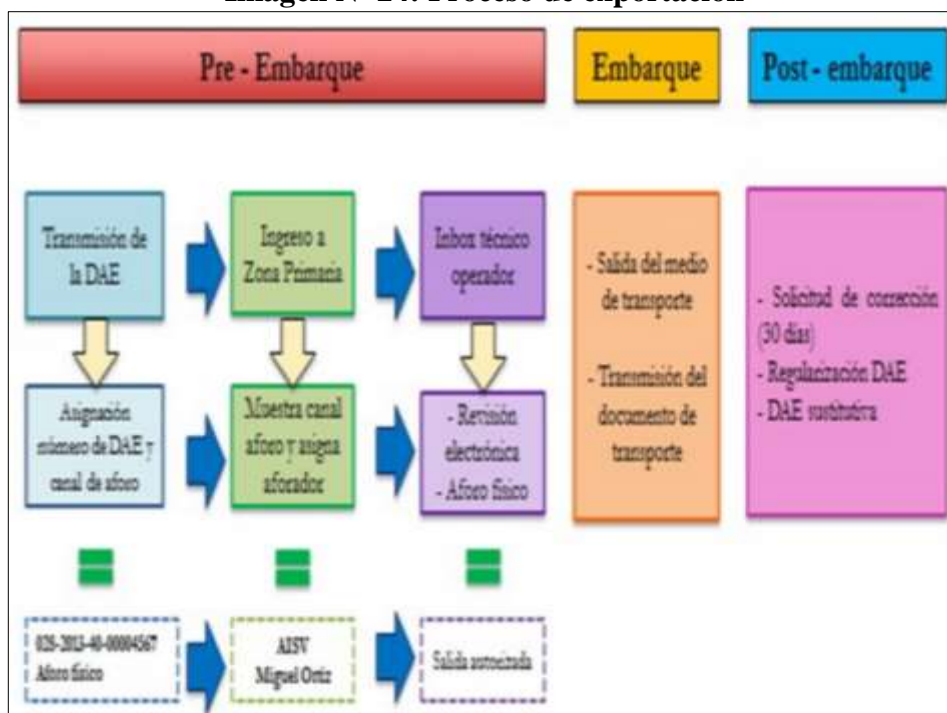
- **Post-embarque**

Se presenta la DAE definitiva, que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque. Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria

para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAE definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia de la orden de embarque. Previo al envío electrónico de la DAE definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

Imagen N° 24: Proceso de exportación



Fuente: SENA

4.3. ESTUDIO ECONÓMICO

4.3.1. Costos

Una vez definido el mercado es necesario determinar la cuantía de los costos previos a la puesta en marcha del proyecto

Tabla 29: Costos

CONCEPTO	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
A. COSTOS DE PRODUCCIÓN		944666,46
COSTOS DIRECTOS	931175,88	
Materia Prima	915882,00	
Materiales e Insumos	2000	
Mano de Obra Directa	12868,88	
Servicios Básicos	330,00	
Materiales de aseo y limpieza	95,00	
COSTOS INDIRECTOS.	13490,58	
Depreciación	1411,32	
Amortización	450,00	
Mano de obra indirecta.	11629,26	
B. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.		8294,50
Gastos de Administración	8294,50	
Sueldos y Salarios	7819,00	
Materiales de aseo y limpieza	95,00	
Suministros de oficina	50,50	
Servicios básicos	330,00	
C. GASTOS DE VENTA		10503,50
Gastos de Venta	10503,50	
Materiales de aseo y limpieza	95,00	
Suministros de oficina	50,50	
Combustible	358,00	
Vehículo	10000,00	
D. GASTOS FINANCIEROS		3743,55
Intereses	3743,55	
COSTO TOTAL.		967208,01

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.2. Inversión total

Tabla 30: Inversión total

INVERSION TOTAL			
EXPRESADO EN DÓLARES			
CONCEPTO		COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
A. INVERSION FIJA			
Maquinarias Y Equipos		6491,20	
Muebles y Enseres		572,00	
Equipo de Oficina		50,00	
Equipo de Computación		600,00	
SUBTOTAL			7713,20
B. ACTIVOS INTANGIBLES			
Marcas		350,00	
Patente		200,00	
SUBTOTAL			550,00
C. ACTIVOS DIFERIDOS			
Gasto Organizacional		750,00	
Gastos de Operación Puestas en Marcha		200,00	
Gastos de Instalación		750,00	
SUBTOTAL			1700,00
D. CAPITAL DE TRABAJO			
Materia Prima		915882,00	
Materiales e Insumos		166,67	
Mano de Obra		12868,88	
Gastos de Administración		691,21	
Costo de Venta		875,29	
SUBTOTAL			930484,05
INVERSIÓN TOTAL			940447,25

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.3. Depreciación

Tabla 31: Depreciación

Rubro	vida útil	%	valor	1	2	3	4	5	v/residual
Construcción	20	5	-	-	-	-	-	-	-
Maquinarias	10	10	6.491,20	649,12	649,12	649,12	649,12	649,12	3.245,60
VEHÍCULO	20	20	10.000,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	7.500,00
Muebles de Oficina	10	10	572,00	57,20	57,20	57,20	57,20	57,20	286,00
Equipo de oficina	10	10	50,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	25,00
Equipo de Computación	3	33,3	600,00	200,00	200,00	200,00			
TOTAL			17.113,20	1.411,32	1.411,32	1.411,32	1.211,32	1.211,32	11.056,60

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.4. Financiamiento

Tabla 32: Financiamiento

Fuentes	Inversión fija e intangible	%	C/trabajo	%	Total	%
Aporte Propio	20000,00	46	948176	102	7000,00	43
Préstamo	23397,20	54	-17692	-2	5705,57	57
TOTAL	43397,20	100	930484,05	100%	12705,57	100

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.4.1. Amortización de la deuda

Tabla 33: Amortización de la deuda

PERIODO	DEUDA	INTERES 16%	AMORTIZACION	CUOTA FIJA	CUOTA MENSUAL
0	23397,20				
1	18717,76	3743,55	4679,44	8422,99	701,92
2	14038,32	2994,84	4679,44	7674,28	639,52
3	9358,88	2246,13	4679,44	6925,57	577,13
4	4679,44	1497,42	4679,44	6176,86	514,74
5	0	748,71	4679,44	5428,15	452,35

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.5. Ingresos

Tabla 34: Ingresos

INGRESOS TOTALES				
Rubro	Unidad	Cantidad kg.	PVP	TOTAL
Papas pre fritas	750	30375	4,11	1.498.095
TOTAL				1.498.095

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.6. Estados financieros

Cooperativa de productores agropecuarios CONPAPA Chimborazo

Tabla 35: Estado de Situación Inicial

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE		930484,05	PASIVO CORRIENTE		5705,57
Bancos	930484,05		Préstamo a Largo Plazo	5705,57	
ACTIVO FIJO		11222,00			
Vehículos	10000,00		TOTAL PASIVO		5705,57
Muebles y Enseres	572,00				
Equipo de Oficina	50,00		PATRIMONIO		
Equipo de Computación	600,00				
ACTIVO INTANGIBLE		2250,00	CAPITAL SOCIAL	1391592,31	
Gasto Organizacional	750,00				
Gastos de Instalación	750,00		TOTAL PATRIMONIO		1391592,31
Marcas	350,00				
Patentes	200,00				
Gastos de Operación Puestas en Marcha	200,00				
TOTAL DEL ACTIVO		1397297,88	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		1397297,88

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

Gerente

Contador

Tabla 36: Estado de Pérdidas y Ganancias

Del 1 de Enero del 2013 al 31 de Diciembre de 2017

Expresados en dólares					
Rubros/años	1	2	3	4	5
INGRESOS	1498095,00	1647904,50	1812694,95	1993964,45	2193360,89
(-) COSTOS	967208,01	1062805,75	1168038,13	1283868,62	1411357,03
PRODUCCION	944666,46	1039133,11	1143046,42	1257351,06	1383086,16
ADMINISTRACION	8294,50	9123,95	10036,35	11039,98	12143,98
VENTAS	10503,50	11553,85	12709,24	13980,16	15378,17
FINANCIEROS	3743,55	2994,84	2246,13	1497,42	748,71
(-) UTILIDAD EN OPERACIÓN	530886,99	585098,75	644656,82	710095,83	782003,86
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES	79633,05	87764,81	96698,52	106514,37	117300,58
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	451253,94	497333,94	547958,30	603581,45	664703,28
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	99275,87	109413,47	120550,83	132787,92	146234,72
(=) UTILIDAD NETA	351978,07	387920,47	427407,47	470793,53	518468,56

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.3.7. Flujo del proyecto

Tabla 37 Flujo del proyecto

RUBROS/AÑOS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		1498095,00	1647904,50	1812694,95	1993964,45	2193360,89
VALOR RESIDUAL						11056,60
(-) COSTOS		967208,01	1062805,75	1168038,13	1283868,62	1411357,03
PRODUCCION		944666,46	1039133,11	1143046,42	1257351,06	1383086,16
ADMINISTRACION		8294,50	9123,95	10036,35	11039,98	12143,98
VENTAS		10503,50	11553,85	12709,24	13980,16	15378,17
FINANCIEROS		3743,55	2994,84	2246,13	1497,42	748,71
(-) UTILIDAD EN OPERACIÓN		530886,99	585098,75	644656,82	710095,83	782003,86
(-) 15% UTILIDAD A TRABAJADORES		79633,05	87764,81	96698,52	106514,37	117300,58
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		451253,94	497333,94	547958,30	603581,45	664703,28
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		99275,87	109413,47	120550,83	132787,92	146234,72
(=) UTILIDAD NETA		351978,07	387920,47	427407,47	470793,53	518468,56
(+) DEPRECIACION		1411,32	1411,32	1411,32	1211,32	1211,32
(+) AMORTIZACION		450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
(-) INVERSIONES						
INVERSION FIJA	7713,20					
INVERSION INTANGIBLE	550,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	1700,00					
CAPITAL DE TRABAJO	930484,05					
(+) RECUPERACION CAPITAL TRABAJO						930484,05
AMORTIZACION CRÉDITO		4679,44	4679,44	4679,44	4679,44	4679,44
FLUJO NETO EFECTIVO	940447,25	349159,95	385102,35	424589,35	467775,41	1456991,09

Fuente: Investigación De campo

Elaborado por: Lourdes Duchi

4.4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.4.1. Evaluación económica y financiera

4.4.1.1. Valor actual neto (VAN)

$$VAN = \sum \left[\frac{FN}{1+i^N} \right]$$

$\frac{349159,95}{1 / (1 + 0,1478)^1}$	=	$\frac{349159,95}{1,19}$	=	293506,93
$\frac{385102,35}{1 / (1 + 0,1478)^2}$	=	$\frac{385102,35}{1,42}$	=	272122,24
$\frac{424589,35}{1 / (1 + 0,1478)^3}$	=	$\frac{424589,35}{1,68}$	=	252203,38
$\frac{467775,41}{1 / (1 + 0,1478)^4}$	=	$\frac{467775,41}{2,00}$	=	233567,88
$\frac{1456991,09}{1 / (1 + 0,1478)^5}$	=	$\frac{1456991,09}{2,38}$	=	611542,39
TOTAL				1662942,82

VAN =	-940447,25	1662942,82
VAN =	722496	

$\frac{349159,95}{1 / (1 + 0,5299)^1}$	=	$\frac{349159,95}{1,05}$	=	332533,29
$\frac{385102,35}{1 / (1 + 0,5299)^1}$	=	$\frac{385102,35}{1,10}$	=	349299,19
$\frac{424589,35}{1 / (1 + 0,5299)^1}$	=	$\frac{424589,35}{1,16}$	=	366776,25
$\frac{467775,41}{1 / (1 + 0,5299)^1}$	=	$\frac{467775,41}{1,22}$	=	384839,99
$\frac{1456991,09}{1 / (1 + 0,5299)^1}$	=	$\frac{1456991,09}{1,28}$	=	1141590,64
TOTAL				2575039,36

VAN =	-940447,25	2575039,36
VAN =	1634592	

Como se puede apreciar el valor que se obtiene en el VAN1 es de \$ 722496, lo que determina que el proyecto de exportación de papas pre fritas hacia el mercado de París es factible.

4.4.1.2. Tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) * \left[\frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right]$$

$$i_1 = 18,96 \qquad VAN 1 = 722496$$

$$i_2 = 5 \qquad VAN 2 = 1634592$$

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) * (VAN i_1 / (VAN i_1 - (VAN i_2)))$$

$$TIR = 30,02$$

Mediante la aplicación de la fórmula y los cálculos realizados se obtiene una TIR del 30,02% por lo que se puede determinar que el proyecto es rentable.

4.4.1.3. Relación beneficio costo (RBC)

A través del cálculo realizado a través de los resultados se obtiene que la relación costo beneficio es que por cada dólar invertido se recuperara 0.22 centavos de dólar, lo que muestra la factibilidad del proyecto.

$$RB/C = \frac{\text{BENEFICIOS O INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS O GASTOS ACTUALIZADOS + INVERSION}}$$

$$RB/C = \frac{5416726,18}{4431746,13}$$

$$RB/C = 1,22$$

4.4.1.4. Periodo de recuperación de la inversión (PRI) evaluación social

$$PRI = \frac{100\%}{TIR}$$

$$PRI = \frac{100\%}{30,02}$$

$$PRI = 3,331047036$$

La inversión se recuperará en 3 años, 3 meses y 3 días

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- La amplia información en base a las diferentes bibliografías de diferentes autores se pudo sustentar cada uno de los procesos de exportación de papas pre fritas congeladas y la información tanto histórica como actual de la evolución en el mercado del producto permitió conocer y establecer que la exportación de papas pre fritas congeladas es factible hacia el mercado de Francia- París.
- Se verifico que la producción de papas por parte de los productores de la cooperativa de productores agropecuarios Conpapa Chimborazo es factible y puede abastecer y cumplir con la demanda insatisfecha de la ciudad de Francia- París.
- Según el desarrollo del proyecto de exportación de papas pre fritas congeladas hacia el mercado de Paris se verifico los resultados de incremento económico y financiero la empresa arrojan los resultados positivos, lo que demuestra que la empresa en años futuros cuentan con la liquidez necesaria para afrontar las obligaciones económicas en la evaluación financiera; TIR genera una renta del 30.02% y el VAN tiene un resultado de 722496.
- El propósito de este trabajo es brindar las herramientas necesarias para identificar aspectos fundamentales que deben seguir el proyecto de exportación y establecer cuál es el monto, recursos necesarios para la implementación. Aprovechando ventajas para exportar, las mismas que no han sido aprovechadas por quienes se dedican a esta actividad.

RECOMENDACIONES

- Es muy importante ampliar la información actualizada de las exportaciones realizadas por el país y que sirva de apoyo para futuras investigaciones y ser aporte para la sociedad en general, además que el conocimiento de la realidad sobre las exportaciones puede ser útil para poner en marcha diferentes proyectos.
- Después de analizar los diferentes aspectos en el presente proyecto, como la capacidad de producción de papas por parte de los productores se recomienda invertir en el proyecto de exportación de papas pre fritas congeladas hacia el mercado de París- Francia.
- Poner en consideración a los productores de la cooperativa de productores agropecuarios CONPAPA Chimborazo del presente proyecto para la exportación de papas pre fritas congeladas hacia el mercado de París, periodo 2016, considerando que los estudios arroja resultados positivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos* 4^a ed. Caracas: McGrawHill.
- Bolaños, R., & Gerrero, A. (2001). *La Calidad e Inocuidad de la Oferta Agrícola Exportable Estudio por país*. Guatemala: Amanuense.
- Boscan, A. (2013). *Epistemología e Investigación: De la Creatividad a la Innovación* 5^a ed. Mexico: McGrawHill.
- Caballero, I. (2013). *Comercio internacional* 2^a. Barcelona: Ideaspropias.
- Mateos, M. (2003). *Estudios sobre el Sector Agroalimentario: Papa Prefrita Congelada* 2^a ed. Buenos Aires: CEPAL-ONU.
- Moreno, M. (2000). *Introduccion a la metodologia de la investigacion educativa* 2^a ed. Mexico: Progreso.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitucion de la Republica Ecuador*. Montecristi: AN
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2014). *Acuerdo Comercial Ecuador - Union Europea*. Quito: M.R.E.
- Pro-Ecuador . (2010). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones*. Quito: Pro-Ecuador .
- Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2013). *Plan del Buen Vivir*. Quito: SENPLADES.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2014). *Proceso de Exportación*. Quito: SENAE.

- Aduanas del Ecuador,. (2010). *Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inverciones*. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/ccop/S351_20101229.pdf
- Andrade, S. (2006). *Proyecciones de la demanda*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Anzil, F. (2012). *Estudio Economico*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Comunidad de Comercio Exterior. (2014). *Control Aduanero*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/control-aduanero>
- DefinicionABC. (2006). *Estudio de la Oferta*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/oferta.php>
- Fernandes, L. (2008). *Temas de Administración de Empresas Agropecuarias*. Obtenido de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Ferrer, J. (2010). *Metodologia 02*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- Gestion Org. (2014). *Estrategia Empresarial*. Obtenido de <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>
- Hernandez, F. (2004). *Proyecto de Investigación* . Obtenido de [http://bvs.sld.cu/revistas/gme/pub/vol.6.\(3\)_08/p8.html](http://bvs.sld.cu/revistas/gme/pub/vol.6.(3)_08/p8.html)
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Sistema Estadístico Agropecuario Nacional*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/espac_publicaciones/espac-2011/informe_ejecutivo%202011.pdf
- Iquique Terminal Internacional S.A. (2015). *Procesos de exportacion*. Obtenido de <http://www.iti.cl/procesos-de-exportacion.aspx>
- Maitsa. (2013). *Customs Brokeraje*. Obtenido de <http://www.maitsa.com/agente-de-aduanas-en-espana/arancel-definicion-tipos-efectos>
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2014). *Certificado de origen*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/certificado-de-origen/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2015). *Requisitos para exportar*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>
- Philip, K. (2014). *Dirección de Mercadotecnia*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>

- Reyes, N. (2010). *Concepto de Globalizacion* . Obtenido de <http://hoy.com.do/la-globalizacion-en-los-mercados/>
- Roissy. (2015). *Guía de puertos en Francia*. Obtenido de <http://www.brittanyferries.es/rutas-y-horarios/guias-de-puertos-en-francia/le-havre>
- Roissy, C. (2015). *Aereopuertos de Paris*. Obtenido de <http://www.aeropuerto-paris.com/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2009). *Ley Organica de Aduanas*. Obtenido de <http://robertoespinozasalazar.blogspot.com/2009/11/que-es-el-aforo-de-la-mercancia.html>
- Universidad de Barcelona. (2014). *Certificado de Origen*. Obtenido de www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+1-C+p-751+pag-
- Universidad Equinoccial. (2012). *Analisis Situacional* . Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9405/7/17855_2.pdf

