



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG
Facultad de Estudios de Postgrado

Tesis en opción al Título: Magister en:
Comercio Exterior con Mención en Gestión Tributaria Aduanera

Tema de Tesis:

Implementación de un proceso logístico para la exportación de snack procesados de “papa china” al mercado Francés por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.

Autor:

Ing. Gabriela Tatiana Luzuriaga Rosado

Director de Tesis

Ing. Ana María Alcívar Msc.

Abril 2018

GUAYAQUIL – ECUADOR

Declaración expresa

Yo, Gabriela Tatiana Luzuriaga Rosado, con cédula de ciudadanía # 1600390023, declaro que el presente trabajo de investigación es original, de mi autoría, creación e investigación; siendo que he recopilado fuentes bibliográficas según corresponde y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gabriela Luzuriaga Rosado', with a large, stylized flourish at the end.

Ing. Gabriela Tatiana Luzuriaga Rosado

Cédula: 1600390023

Dedicatoria

Aunque parecía una meta muy lejana y difícil, los pilares que permitieron culminaron fueron toda mi familia y amigos que creyeron en mí, me alentaron en cada momento difícil, me apoyaron siempre, y me ayudaron de una forma u otra a lograr esta meta. Mi pequeña Anita María, por soportar mi ausencia; mis padres, hermanos, mi familia, y amigos, que me dieron su soporte, paciencia y ánimos durante el proceso formativo académico, les dedico este trabajo, que hoy culminó con la mayor satisfacción.

Gabriela Tatiana

Agradecimiento

Al finalizar el presente trabajo de investigación, es inevitable expresar mi enorme agradecimiento a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil UTEG y a todos los Docentes que han permitido, que con sus conocimientos nos podamos formar académicamente y quienes fomentaron técnicas de enseñanzas para culminar el presente trabajo de investigación.

Un enorme agradecimiento a mi familia y amigos, en especial a mi gran amigo Alexander, que con un pequeño grano de arena contribuyeron a culminar esta etapa académica que lo soñé por mucho tiempo.

Gabriela Tatiana

Resumen

La presente investigación analiza la factibilidad de implementar un proceso logístico para la exportación de snacks de papa china procesados, que durante varios años han sido elaborados de forma artesanal, y que luego de un proyecto de cooperación internacional con FIDA pudieron implementar la fábrica procesadora; hoy por hoy se encuentran procesando a mayor escala por parte de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza (COEMPROPAS) de la parroquia Teniente Hugo Ortiz del Cantón y Provincia Pastaza; estos agricultores se encuentran asociados y son quienes proveen la materia prima e intervienen de forma directa desde que cultivan, cosecha, procesan y empaacan los snacks hasta su venta. Para determinar la viabilidad técnica, económica y teórica ha sido necesario conocer los conceptos referentes a la exportación, comercialización, procesos, logística, producción y políticas que giran entorno a la venta internacional de productos del tipo agrícola. Durante el proceso de investigación se expone la situación actual con las características del caso de estudio que permiten determinar la viabilidad de la implementación del sistema de comercio exterior y captar al mercado Francés en la venta internacional de los productos.

De todo el estudio efectuado, se finaliza la investigación exponiendo la propuesta para todos los miembros de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza (COEMPROPAS) de la parroquia Teniente Hugo Ortiz del Cantón y Provincia Pastaza; quienes en conjunto a través del cultivo de la materia prima podrán comercializara gran escala los snacks de papa china.

Palabras clave: logística, captación, comercialización, exportación, cultivo

Abstract

The present investigation analyzes the feasibility of implementing a logistic process for the export of processed potato snacks, which for several years have been elaborated by hand, and that after an international cooperation project with FIDA, they were able to implement the processing factory; today they are being processed on a larger scale by the Pastaza Productive Entrepreneurs Corporation (COEMPROPAS) of the Teniente Hugo Ortiz del Cantón parish and Pastaza Province; these farmers are associated and they provide the raw material and intervene directly from the time they grow, harvest, process and pack the snacks until they are sold. In order to determine the technical, economic and theoretical viability, it has been necessary to know the concepts related to export, commercialization, processes, logistics, production and policies that revolve around the international sale of agricultural products. During the research process, the current situation is exposed with the characteristics of the case study that allow determining the viability of the implementation of the foreign trade system and attracting the French market in the international sale of the products.

From all the study carried out, the investigation is finalized, exposing the proposal for all members of the Corporation of Entrepreneurs of Pastaza (COEMPROPAS) of the Teniente Hugo Ortiz parish of the Canton and Pastaza Province; Who together through the cultivation of raw materials can commercialize large-scale snacks of Chinese potatoes.

Keywords: logistics, recruitment, marketing, export, cultivation

ÍNDICE GENERAL

Declaración expresa.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Resumen.....	iv
Abstract	v
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	4
1.1 Antecedentes de la investigación.....	4
1.2 Problema de la Investigación.....	8
1.3 Planteamiento de la situación problemática.....	8
1.3.1 Síntomas	9
1.3.2 Causas	9
1.3.3 Pronóstico	9
1.3.4 Control pronóstico	9
1.4 Formulación del problema de investigación.....	9
1.5 Sistematización del problema de investigación.....	10
1.6 Objetivos de la investigación.....	10
1.6.1 Objetivo general.....	10
1.6.2 Objetivos específicos.....	10
1.7 Justificación de la investigación.....	11
1.7.1 Justificación metodológica.....	13
1.7.2 Justificación practica.....	14
1.8 Marco teórico de la investigación.....	14
1.8.1 Marco teórico.....	14
1.8.2 Marco Legal.....	23
1.8.3 Marco conceptual	25

1.8.3.1	Cadena Logística.....	25
1.8.3.2	Comercialización:	25
1.8.3.3	Comercio Exterior:.....	25
1.8.3.4	Exportación:	26
1.8.3.5	Estrategia:	26
1.8.3.6	Logística:	27
1.8.3.7	Logística de exportación:.....	28
1.8.3.8	Pequeña y Mediana Empresa - PYME:.....	28
1.8.3.9	Proceso logístico	29
1.9	Formulación de la Hipótesis y variables.....	30
1.9.1	Hipótesis general.....	30
1.9.2	Hipótesis Particular.....	30
1.9.3	Variables de la Hipótesis	30
1.10	Aspectos metodológicos de la investigación.....	31
1.10.1	Tipo de diseño, estudio y enfoque de investigación.....	32
1.10.2	Metodología de la investigación.....	33
1.10.3	Fuentes y técnicas para la recolección de información.....	33
1.10.4	Población de estudio y tamaño de la muestra.....	34
1.10.4.1	Población.....	34
1.10.4.2	Muestra.....	34
1.10.5	Tratamiento de la información.....	35
1.11	Resultados e impactos esperados.....	35
CAPITULO II.....		38
2	Metodología.....	38
2.1	Análisis de la situación actual	38
2.1.1	Exportaciones de alimentos procesados.....	38
2.1.2	Producción de la papa china en Pastaza	40
2.2	Análisis de la evolución, tendencias y perspectivas.....	43
2.2.1	Evolución de la agroproductividad en Ecuador	44

2.2.2	Análisis de las exportaciones del sector agroproductivo	46
2.3	Presentación de resultados y diagnósticos	47
2.3.1	Análisis de la población objeto de la investigación.....	47
2.3.2	Determinación de la muestra, determinación para aplicación	49
2.3.2.1	Fuentes de información	49
2.3.2.2	Cálculo de la Muestra.....	49
2.3.3	Análisis de resultados obtenidos.....	51
2.4	Verificación de hipótesis	63
2.4.1	Verificación de Hipótesis General	63
2.4.2	Verificación de hipótesis particular.....	64
CAPITULO III.....		66
3	Propuesta de implementación de proceso logístico para la exportación de snack procesados de “papa china” al mercado Francés por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.....	66
3.1	Análisis de la propuesta para implementación de un proceso logístico.....	66
3.1.1	Análisis De La Demanda Por Mercado Destino	67
3.1.2	Ventajas de Comercializar a países Europeos.....	69
3.2	Factibilidad de aplicación de un proceso logístico para exportación de snacks de papa china.	70
3.2.1	Análisis riesgo país de Francia	71
3.2.1.1	Resumen económico de Francia	71
3.2.2	Característica del producto a comercializar	73
3.1.1.1	Tendencias del consumidor Francés	75
3.2.3	Regulaciones Aduaneras establecidas por parte de Francia	76
3.2.3.1	Documentación exigida	77
3.1.1.2	Licencias de importación y autorizaciones previas	83
3.3	Implementación del proceso logístico de comercio exterior	85
3.3.1	Ubicación de la empresa exportadora y presentación del producto	85
3.3.2	Procedimiento Aduanero Ecuatoriano	87
3.1.1.3	Etapa inicial del proceso logístico de exportación desde Ecuador.	87

3.1.1.4	ETAPA PRE – EMBARQUE	89
3.2.2.3	ETAPA POST EMBARQUE	92
3.3.3	Transmisiones electrónicas del documento de exportación	92
3.3.4	Flujograma del proceso de exportación para aplicación de COEMPROPAS 94	
3.3.5	Propuesta de implementación de sistema logístico para exportar los snacks de papa china a Francia.	96
3.4	Metodología para implementación del manual de exportación.....	114
CONCLUSIONES		119
RECOMENDACIONES.....		121
Bibliografía.....		123

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Comportamiento de la producción de tubérculos y raíces en Ecuador	12
Ilustración 2. Ubicación de COEMPROPAS.....	38
Ilustración 3.- Monitoreo de variaciones de exportaciones no petroleras por sector.	39
Ilustración 4. Evolución de exportaciones No petroleras por subpartida	40
Ilustración 5. Evolución de exportaciones No petroleras	45
Ilustración 6. Evolución de las exportaciones tradicionales y no tradicionales millones USD FOB	45
Ilustración 7. Años de ser socio COEMPROPAS	51
Ilustración 8. Total de hectáreas por socio	52
Ilustración 9 Producción destinadas al snack.....	53
Ilustración 10. Capacidad mensual de producción	54
Ilustración 11. Destino de la producción del snack.....	55
Ilustración 12. Conocimiento de las formas de exportación	56
Ilustración 13. Comercialización del snack en mercados internacionales.	57
Ilustración 14. Posicionamiento de la marca en mercados internacionales	58
Ilustración 15. Demanda del producto en mercados Europeos	59
Ilustración 16. Factibilidad de exportar el snack a Francia.....	60
Ilustración 17. Oportunidades de la corporación al exportar el snack	61
Ilustración 18. Debilidades de la Corporación frente a la exportación.....	62
Ilustración 19. Etapas del proceso de exportación.	66
Ilustración 20. Análisis de consumo de productos del grupo arancelario 2005.20 de los diez primeros países desde el 2012 hasta el 2016, representado en miles de dólares.	67
Ilustración 21. Partida arancelaria parte del Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador	69
Ilustración 22. Presentación de los productos de COEMPROPAS.	74
Ilustración 23. Equipamiento De COEMPROPAS para el procesamiento del snack	74
Ilustración 24. Certificaciones conocidas en Francia para consumo de productos.	76

Ilustración 25. Organismos que intervienen en la exportación	85
Ilustración 26. Ubicación de la fábrica.....	86
Ilustración 27.- Ubicación de maquinaria y parte de materia prima en la fábrica .	86
Ilustración 28. Etapas logísticas del comercio exterior en Ecuador.....	87
Ilustración 29. Registro de exportador en la SENA E	88
Ilustración 30. Solicitud de Declaración Juramentada de Origen	89
Ilustración 31. INCOTERMS 2010.....	90
Ilustración 32. Cadena logística de exportación	91
Ilustración 33. Documentos para regularizar la exportación R. 40	92
Ilustración 34. Proceso para la comercialización de los snacks	95
Ilustración 35. Ingreso al sistema ECUAPASS para registro de declaración de exportación.....	98
Ilustración 36. Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación .	99
Ilustración 37 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación ..	99
Ilustración 38 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación ..	99
Ilustración 39 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	100
Ilustración 40 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	101
Ilustración 41 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	101
Ilustración 42 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	102
Ilustración 43 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	103
Ilustración 44 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	103
Ilustración 45 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	104
Ilustración 46 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	105
Ilustración 47 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	105
Ilustración 48 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	106
Ilustración 49 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción física y características:.....	6
Tabla 2. Destino del consumo en base a la producción	7
Tabla 3. Terreno en hectáreas cultivadas de tubérculos y raíces en el Ecuador .	13
Tabla 4. Producción de Papa China de la Provincia de Pastaza.....	41
Tabla 5. Principales Productores de <i>Colocasia Esculenta</i> en Centro américa y Sudamérica	43
Tabla 6. Exportaciones desde el 2014 de Ecuador expresadas en millones de dólares.	46
Tabla 7. Exportaciones FOB Por Grupos de Productos En Miles de dólares.....	47
Tabla 8. Años de ser socio COEMPROPAS	51
Tabla 9. Total de hectáreas por socio	52
Tabla 10. Producción destinada al snack.....	53
Tabla 11. Capacidad mensual de producción	54
Tabla 12. Destino de la producción del snack.....	55
Tabla 13. Conocimiento de las formas de exportación.....	56
Tabla 14. Comercialización del snack en mercados internacionales.	57
Tabla 15. Posicionamiento de la marca en mercados internacionales.....	58
Tabla 16. Demanda del producto en mercados Europeos	59
Tabla 17. Factibilidad de exportar el snack a Francia	60
Tabla 18. Oportunidades de la corporación al exportar el snack.....	61
Tabla 19. Debilidades de la Corporación frente a la exportación	62
Tabla 20. Importación de Francia de tubérculos del grupo arancelario 2005.20. durante el año 2016.	68
Tabla 21. Indicadores de crecimiento 2014 – 2018 Francia.....	72
Tabla 22. Ranking riesgo país, diez países principales en alta calidad.....	73
Tabla 23. Modelo de implementación de proceso logístico para exportación del snack producido por COEMPROPAS	115
Tabla 24. Procedimiento general para aplicación del manual detallado por responsables.....	116

INTRODUCCIÓN

Ecuador, tiene un territorio favorable para plantaciones agrícolas, siendo que el pH es de 4.5 y 8.5 referente al óptimo que es 5.5. y 6.5; por ello, hace un suelo ideal para cultivar diversos productos; así también la sectorización productiva por cultivo, mejora la optimización del suelo, así tenemos que en la costa se produce un banano de alta calidad, en la serranía ecuatoriana tenemos el mejor cultivo de hortalizas y en la Amazonía tenemos un suelo ideal para el cultivo de tubérculos como la papa china (Tropical, 2017).

El cultivo de papa china ha demostrado ser por las condiciones climatológicas, propias de la región amazónica, como una alternativa de producción ecológica, además que se encuentra organizada en una gran cantidad dentro de entornos familiares, lo que contribuye a un mejor desarrollo socioeconómico y cultural de los agricultores permitiendo al mismo tiempo conservar los recursos naturales, reducir los impactos ambientales negativos, mejorar el manejo del cultivo y crear oportunidades para aplicar y desarrollar nuevas tecnologías. Tanto para la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza (COEMPROPAS) y la Asociación de Emprendedores en Confitería (CONFERIB) comercializan directamente en diferentes puntos, como son las minimarket, mini comisariato, mercados, para su venta al consumidor final en la provincia. Las fundas de los snacks se comercializan entre 0.50 ctvs., y 1 dólar dependiendo del peso, desde el año 2013. Este canal de ventas ha permitido incrementos para la comercialización de este producto, sin embargo es propicio iniciar estrategias logísticas, para ingresar a diferentes mercados para exportar logrando incrementar réditos financieros, como fortalecimiento de la Asociatividad (GAD PROVINCIAL, 2014).

Conociendo que la papa china, es un alimento de origen orgánico, con un aporte alto a nivel nutricional, aporte significativo en los componentes vitamínicos, minerales, proteínicos, así como también los carbohidratos y demás propiedades alimentarias, contribuye directamente a la salud de las personas; ya que hoy en día el consumo de la papa tradicional como es cosechada en la parte sierra de nuestro país, en un alto grado de utilización de productos químicos en el proceso de cultivo, ha provocado un problema de salud en las personas. Conforme lo han demostrado

estudios científicos recientes, que han sido divulgados en revistas especializadas de salud y alimentación vegetal; la reciente explotación de este tubérculo en la región amazónica, especialmente Pastaza, podemos ver a diferentes sectores agrícolas incentivados con el cultivo del mismo, que buscan la venta de un producto comestible, vistoso para el consumidor, como lo es un bocadillo de sabor y producción artesanal que mantiene su alto valor nutricional, así como también el evitar la utilización de preservantes y químicos los cuales impedirían ser un producto de origen netamente orgánico o natural (ESPOL E. P., 2017).

Para conocer la viabilidad en la venta internacional del snack procesado de papa china, se revisará los datos de exportación de productos no tradicionales del Ecuador de los últimos tres años publicadas en el banco Central del Ecuador, información referente al riesgo país del destino de las exportaciones previstas realizar; así como también las ventajas que se tienen ante la firma del Convenio Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea que tiene vigencia desde diciembre 2016, entre ellas las preferencias a la partida arancelaria 2005.20.20

Así también se tiene como gran fortaleza que los socios de ésta Corporación en su gran mayoría son parte de ella alrededor del 51% más de tres años, por ello han podido llevar a cabo proyectos de gran impacto como el efectuado con cooperación internacional a través de FIDA¹ en el año 2011 y por otra parte el Consejo Provincial de Pastaza en el que se logró construir la planta procesadora de los snacks de papa china y harina de papa china.

Otra temática importante de abordar es lo referente al apoyo que recibe por parte de los entes gubernamentales como es el Instituto de Economía Popular y Solidaria –IEPS, que están al frente de las capacitaciones constantes para el desarrollo de las diferentes propuestas agro – productivas en beneficio de los socios parte de COEMPROPAS. El apoyo del IEPS ha sido fundamental en el adecuado desempeño de la organización, ya que con ellos se han podido estructurar nuevas ofertas de incursionar en otras provincias con la venta del snack.

Conociendo el estado actual de la COEMPROPAS se ha podido obtener una línea base para identificar posibles problemáticas que están afectando para que no haya

¹ Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), es una agencia especializada de las Naciones Unidas, fundada en Diciembre de 1977, con el mandato de servir exclusivamente a los pobres en zonas rurales de los países en desarrollo (<http://www.cinu.org.mx/negocios/fida.htm>)

externalizado la comercialización del snack de papa china. Los costos que se encuentran detallados para la producción mantienen márgenes favorables para la exportación del producto, siendo que al ser la misma corporación quien cultiva la materia prima y a través del proceso industrial los costos se abaratan, permitiéndoles ofertar precios competitivos a nivel internacional.

Finalmente, las nuevas líneas de trabajo del Gobierno Ecuatoriano en cuanto al cambio de la matriz productiva y dar paso a pequeños productores que puedan comercializar sus productos a gran escala y recibir apoyo gubernamental de diferente tipo por cada ente que tenga bajo su competencia el área productiva para fortalecer este sector.

Por todos los argumentos anteceditos, se concluyó en la necesidad de implementar un manual con procedimiento logísticos de comercio exterior claros para que COEMPROPAS pueda iniciar en la exportación del snack procesado de papa china hacia mercados europeos, optimizando todos los recursos actuales existentes como también las ventajas del Acuerdo multipartes con la Unión Europea que está vigente desde diciembre del 2016 y ala presente fecha está en marcha.

CAPITULO I

1.1 Antecedentes de la investigación.

La papa china *Colocasia esculenta*², en base a los estudios realizados, los estudios abordan a que se dio origen en la región de la India y Malasia, en el territorio este de la India y Bangladesh donde se pudo extender hacia el este y sur de Asia y las Islas del Pacífico y hacia el oeste hasta Egipto y el Oriente Mediterráneo, por último, se extendió hacia el sur, oeste y este de África y África Occidental. (Wagner, Herbest, & Sohmer, 2017)

A nivel mundial ocupa el lugar decimocuarto entre los cultivos de hortalizas de primera necesidad con alrededor de 2 millones de hectáreas cultivadas con una producción de 12 millones de toneladas (FAO, 2017).

Ecuador, cuenta con un territorio que, para la producción agrícola es favorable refiriendo que el ph es de 4.5 y 8.5 siendo el óptimo 5.5. y 6.5, por ello lo hace un suelo ideal para cultivar diversos productos, así también la sectorización de la producción por productos, mejora la optimización del suelo, y así tenemos que en la costa se produce un banano de alta calidad, en la sierra tenemos el mejor cultivo de hortalizas y en la Amazonía tenemos un suelo ideal para el cultivo de tubérculos como la papa china. (Agricultural tropical, 2017)

Ante lo anterior, hemos visto que en la Amazonía Ecuatoriana varios productos se han fortalecido provocando un mejoramiento económico en el territorio, es por ello que productos como la pitahaya se encuentra siendo producida en este sector, ya sea por su condición climática y su riqueza del suelo, vemos que productos como éstos han tomado un auge en el comercio internacional (GAD PROVINCIAL, 2014).

El cultivo de papa china ha demostrado ser por sus condiciones agroclimáticas una alternativa de producción ecológica, además que se encuentra organizada en su

² Planta herbácea, perennifolia, con un tubérculo subgloboso, estolonífero, subterráneo, que alcanza un tamaño de 6 cm de diámetro. Las hojas son peltadas, con la lámina de 32–36 cm de largo y 22–70 cm de ancho. Las inflorescencias son axilares, fragantes con aroma a frutas, tiene un pedúnculo de 9–80 cm de largo; y espata de hasta 43 cm de largo. Los frutos son bayas subglobosas a oblongas, de 3.5–5 mm de largo y 2.5–3.9 mm de diámetro; con semillas elipsoides, de color café claro. También se conoce como (malanga). (https://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia_esculenta)

mayoría dentro de entornos familiares lo que contribuye a un mejor desarrollo socioeconómico y cultural de los agricultores permitiendo al mismo tiempo conservar los recursos naturales, reducir los impactos ambientales negativos, mejorar el manejo del cultivo y crear oportunidades para aplicar y desarrollar nuevas tecnologías (GAD PROVINCIAL, 2014).

La Amazonía ecuatoriana presenta una extrema fragilidad de los suelos, apenas el 8% de la región es de uso agropecuario, en la provincia de Pastaza el 26% se destinan a cultivos, el 23 % a pastos, 26% a bosques y un 21% sin uso agropecuario (GAD PROVINCIAL, 2014).

El cultivo de papa china en la provincia de Pastaza se encuentra establecido desde el año 2008 como monocultivo con un atractivo potencial de comercialización en el mercado internacional (GAD PROVINCIAL, 2014).

Descripción física y características:

Considerando a la papa china como un tubérculo, tenemos su descripción como una Herbácea perenne, en un cormo o tallo principal subterráneo, en forma de rizoma, del que brotan tallos secundarios engrosados, o cormelos, propia de ésta especie de tubérculos provenientes de la Amazonía y el Caribe (Giacometti & León, 2017)

Del tallo principal nacen asimismo varias hojas grandes, sagitadas, erectas con largos pecíolos acanalados; inflorescencias brotando entre las hojas en espádice, provistas de una espata blanca de 12-15 cm que se cierra en su base en forma de cámara esférica y se abre superiormente en una lámina cóncava; el espádice, cilíndrico, ligeramente más largo que la espata, con flores femeninas en su porción inferior, masculinas en la superior y estériles en la media. (Giacometti & León, 2017)

Los espádices son raramente fértiles, produciendo pocas semillas viables, por lo que se describen a continuación la composición de cada unidad de la papa china – colocasia esculenta. (Giacometti & León, 2017)

Tabla 1. Descripción física y características:

Composición Nutricional		
Agua	%	65.9
Energía	kcal.	132
Proteínas	g	1.7
Grasa	g	0.3
Carbohidratos	g	30.9
Fibra Dietética Total	g	2.4
Ceniza	g	1.2
Calcio	mg	14
Fosforo	mg	56
Hierro	mg	0.8
Tiamina	mg	0.13
Rivoflamina	mg	0.03
Niacina	mg	0.7
Vit. C	mg	5
Vit. A Equi. a Ritanol	mcg	1
Colesterol	mg	0
Vit. B6	mg	0.29
Vit. B12	mcg	0
Ácido Fólico	mcg	23

Fuente: Subsecretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras

Como podemos observar, el cuadro nos permite conocer que este tubérculo cuenta con un valor en agua de 65.9%; así como también la energía esta registrada en 132 kilo calorías.

Por otro lado, podemos visualizar a continuación que el 50% del cultivo se comercializa a nivel local y solo se exporta la papa china de primera y la de segunda calidad en un 40%; en ocasiones dependiendo el importador se comercializa la de tercera calidad.

Tabla 2. Destino del consumo en base a la producción

CANTIDAD PRODUCIDA	PRODUCCIÓN SEMANTAL	CONSUMO		
		INTERNO 50%	EXPORTACIÓN 40%	RECHAZO 10%
QUINTALES	150	75	60	15

Fuente: Dirección de Planificación – GADPPz – 2011

El quintal de papa china de primera para exportación llega tener un valor de 18 dólares, variando este precio de acuerdo a la temporada es decir oscila entre los 10 y 18 dólares. Esta materia prima es llevada a Santo Domingo de los Colorados para ser enviada a los Estados Unidos, dónde se comercializa el quintal de 80 libras en 40 dólares (GAD PROVINCIAL, 2014).

La papa china al no ser conocida en nuestro país se destina una gran parte de la producción al consumo interno en la provincia de Pastaza, el siguiente porcentaje es destinado a la exportación, los países que la consumen la consideran como producto básico de su dieta, por sus bondades nutricionales. Este producto al tener un sabor especial comparado con los de la yuca y malanga blanca, está teniendo una fuerte acogida en nuestro país principalmente en las provincias de Pastaza, Pichincha y Guayas. (GAD PROVINCIAL, 2014)

El pan elaborado con harina de papa china y de harina de trigo, tiene muy buena aceptación en la Provincia de Pastaza y en la Provincia de Tungurahua (GAD PROVINCIAL, 2014).

Tanto para la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza (COEMPROPAS) y la Asociación de Emprendedores en Confitería (CONFERIB) comercializan directamente a los puntos de ventas como tiendas para su venta al consumidor final en la provincia. Las fundas de los snack se comercializan entre 0.50 y 1 dólar dependiendo del peso, desde el año 2013 (COEMPROPAS). Ante este canal de ventas se establecen significativos avance para la comercialización de este producto, pero es necesario iniciar estrategias de captación de mercado para exportar la marca de este producto y lograr incrementar réditos financieros, como fortalecimiento de la Asociatividad (GAD PROVINCIAL, 2014).

1.2 Problema de la Investigación.

Al considerarse el cultivo de la papa china en la Provincia de Pastaza como una de las fuentes de ingresos para los agricultores de las zonas rurales, se ha podido detectar que ha existido un fortalecimiento de la transformación de la materia prima a productos como los snack y harina para la venta local. Esta mecánica de comercialización ha surtido efecto a nivel local, sin embargo a pesar que se tenga la infraestructura y la materia prima, carecen de un sistema logístico de comercio exterior para exportar el producto.

1.3 Planteamiento de la situación problemática.

La Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS agrupa a diferentes productores de papa china que se encuentran en las Parroquias San José y Teniente Hugo Ortiz, quienes en promedio comercializan unos 150qq cada semana; se conoce que entre el 40 al 60% de ésta producción se destina a la exportación (COEMPROPAS, 2017).

La exportación que se han efectuado ha sido del tipo doméstico entregando a un tercero debido a que la Corporación no cuenta con un lineamiento de cómo hacerlo, por ello se tiene la problemática que a la presente fecha no se puedan comercializar los chips a mercados Europeos como el de Francia.

La Papa China es un tubérculo comestible que cuenta con un alto valor nutricional alimenticio y medicinal, pero aun así brindándonos estos beneficios, no es muy conocida dentro del mercado ecuatoriano. En este escenario ubicamos a la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza quienes se encuentran interesado en aprovechar este tubérculo con la elaboración de un snack, para su comercialización local, pero no existen las iniciativas ni los medios que permitan incursionar en la captación de mercados internacionales, que permitirá obtener un incremento de ingresos y generación de nuevas fuentes de empleos y fortalecimiento de la agricultura local.

1.3.1 Síntomas

- Incrementos en los costos de producción del snack de papa china ante un reducido volumen de comercialización.
- Limitadas ventas del producto procesado de snack de papa china

1.3.2 Causas

- Poca difusión del producto procesado del tubérculo de papa china a nivel mundial.
- Desconocimiento de la COEMPROPAS de mecanismos para efectuar una exportación
- Las políticas aduaneras no son flexibles a los productos agrícolas, como el de éste tubérculo.

1.3.3 Pronóstico

- Limitado crecimiento de la empresa a nivel regional amazónico, al ofertar un producto elaborado a base de la agricultura.
- Rentabilidad muy baja de la COEMPROPAS, frente a otras organizaciones que se encuentran emprendiendo la exportación de productos agrícolas procesados.
- Reducción de la producción por cada uno de los miembros de COEMPROPAS, causando un desaprovechamiento del suelo.

1.3.4 Control pronóstico

- Aplicar un proceso logístico de comercio exterior para incursionar en mercados internacionales.
- Socializar a los agricultores agremiados a COEMPROPAS el beneficio de contar con herramientas como manuales de exportación para mejorar su productividad y regalías financieras.
- Incrementar la producción del tubérculo de papa china y agremiar a más productores para incursionar en diferentes mercados.

1.4 Formulación del problema de investigación.

¿De qué manera la implementación de un proceso logístico, influirá en el desempeño de las exportaciones de snack procesado de “papa china” al mercado Francés?

1.5 Sistematización del problema de investigación.

Las siguientes preguntas surgen con el planteamiento del problema, las mismas que se pretenden responder con la investigación de la presente tesis:

¿Qué factores están influyendo en COEMPROPAS para la falta de internacionalización del snack de papa china?

¿Cuáles serían las posibles causas que están provocando que COEMPROPAS no conozca los futuros crecimientos empresariales al exportar su snack?

¿Cuál es la situación actual de la Corporación COEMPROPAS, y cómo influye esto en la falta de procedimientos para internacionalizar sus productos?

1.6 Objetivos de la investigación.

1.6.1 Objetivo general.

- Implementar un proceso logístico, detallado a través de un manual de comercio exterior que influirá en el desempeño de las exportaciones de snack procesado de “papa china” al mercado Francés de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.

1.6.2 Objetivos específicos.

Para el cumplimiento del objetivo macro propuesto, se establece lo siguiente:

- Realizar un manual detallado en base a las realidades de la Corporación para la implementación de un proceso logístico y exportar los chips procesados de “papa china” de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.
- Analizar los factores que están influyendo en COEMPROPAS en la falta de internacionalización del snack de papa china; revisando los documentos de la Corporación, así como las regulaciones aduaneras ecuatorianas.
- Conocer las causas que están provocando que COEMPROPAS no conozca los futuros crecimientos empresariales al exportar su snack, a países

Europeos, así como al resto del mundo que consumen productos agrícolas con alto grado nutricional;

- Examinar alternativas propositivas que influirán en los procedimientos para internacionalizar productos, como son los análisis de riesgo país, análisis de porcentajes de importaciones del producto en el estudio macroeconómico que se realice previo a la puesta en marcha de la propuesta.
- Proponer alternativas para captar los mercados internacionales en base a la realidad de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS, referente a capacidad de producción, ubicación, medios de transportes accesibles.

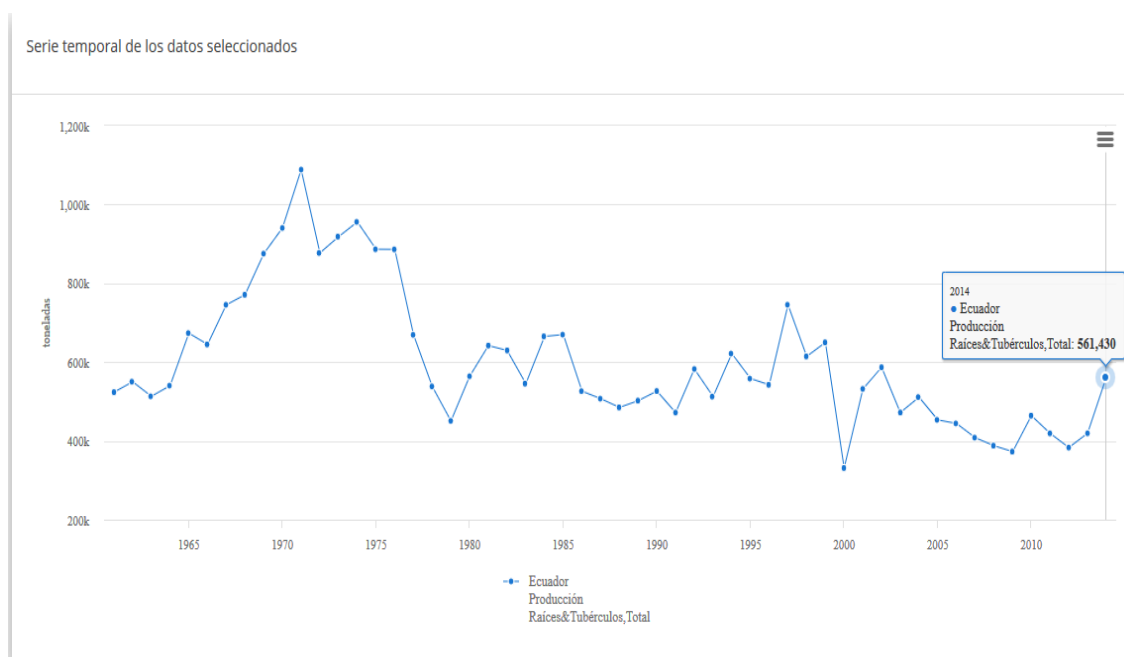
1.7 Justificación de la investigación.

El cultivo de la papa china, ha demostrado ser una alternativa de producción ecológica por su producción en condiciones agroclimáticas. El cultivo de papa china en nuestro país casi su totalidad se ubica en la Región Amazónica, Se encuentra el 80% de la producción en la Provincia de Pastaza, 15% en la Provincia de Morona Santiago, 5% resto de las Provincias Amazónicas (GAD PROVINCIAL, 2014).

Para conocer como se ha manejado la producción a nivel de Ecuador en cuanto a los tubérculos, se revisó la información en el sitio oficial de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, obteniendo la siguiente gráfica³.

³ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura La FAO es la agencia de las Naciones Unidas que lidera el esfuerzo internacional para poner fin al hambre. (Naciones Unidas, 017)

Ilustración 1 Comportamiento de la producción de tubérculos y raíces en Ecuador



Fuente: FAOSTAT

Como se observa, el comportamiento de cultivo de tubérculos en nuestro país ha sido variante y por ello en el año 2000 tuvimos una caída, pero al 2014 se ha ido mejorando con el pasar de los años, así como también el avance tecnificado de los diferentes cultivos.

Al ser la papa china un alimento de origen orgánico que con su aporte nutricional de vitaminas, minerales, proteínas, carbohidratos y demás bondades alimenticias, ha contribuido directamente a la salud integral de las personas; ya que hoy en día el consumo de la papa tradicional como es la producida en la sierra ecuatoriana, que con su alto grado de utilización de productos químicos en el proceso de cultivo, ha desencadenado un preocupante problema en la salud de las personas, que no se presentan en el corto plazo, pero en el consumo a largo plazo puede ocasionar severos problemas de salud como estomacales, cancerígenos, o en órganos importantes como el hígado, y en ciertos casos puede causar la muerte (ESPOL, 2009).

Tabla 3. Terreno en hectáreas cultivadas de tubérculos y raíces en el Ecuador

Area	Producto	Elemento	Año	Valor
Ecuador	Raíces&Tubérculos, Total	Producción	2014	561430
Ecuador	Raíces&Tubérculos, Total	Producción	2013	419376
Ecuador	Raíces&Tubérculos, Total	Producción	2012	383143
Ecuador	Raíces&Tubérculos, Total	Producción	2011	419196
Ecuador	Raíces&Tubérculos, Total	Producción	2010	464056
Ecuador	Raíces&Tubérculos, Total	Producción	2009	372689

Fuente: www.fao.org/faostat/es/#compare

Ante la reciente explotación de este tubérculo en nuestro país, vemos a diferentes sectores agrícolas incentivados con el cultivo del mismo, para la comercialización de un producto comestible, agradable a la vista de las personas, como lo es un snack de sabor y producción artesanal en el cual se conservará la mayor parte de su valor nutricional, evitando la utilización de preservantes y químicos los cuales impedirían ser un producto de origen netamente orgánico o natural. Conociendo que Francia es el principal consumidor de ésta hortaliza, conforme lo expone la CORPEI en la ficha de producto, considero que será un total aporte realizar esta investigación a fin de entregar a la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS las herramientas necesarias, procedimientos adecuados y normativas vigentes para internacionalizar el snack de papa china producido en la Provincia de Pastaza.

1.7.1 Justificación metodológica

Al realizar la implementación de un proceso logístico para la exportación de snack de papa china, COEMPROPAS podrá fortalecer la cadena de comercialización de

los productos que se encuentran actualmente en el mercado local y regional amazónico. Así también permitirá la amplitud de nichos de mercados obteniendo mejores regalías financieras, mayores cantidades de materia prima, seguros y confiables mecanismos de venta internacional consiguiendo la optimización de recursos.

1.7.2 Justificación practica

La investigación planteada, pretende implementar adecuados procedimientos logísticos de comercio exterior, que garanticen la seguridad en incursionar en la internacionalización del producto para fortalecer los procesos de industrialización de la papa china en la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS. La información guarda relación con mercados objetos accesibles y que han contribuido con el desarrollo de la organización.

La estructura propuesta, podrá ser ejecutada por los miembros de COEMPROPAS, así como también serviría de guía de otras Asociaciones que se encuentran en la provincia de Pastaza y buscan de forma independiente fomentar el agro emprendimiento con productos amazónicos.

1.8 Marco teórico de la investigación

1.8.1 Marco teórico

Con la finalidad de tener una idea de lo que se pretende lograr con una captación de mercado internacional, ante la exportación de un producto, se citará conceptos que permitan concluir con uno propio, direccionada a la temática de investigación.

Conforme el trabajo artesanal evoluciona en Europa, en el siglo XII, los primeros gremios artesanales y las corporaciones municipales establecen una serie de reglamentos y legislaciones que vienen a normalizar y fijar una calidad en sus productos. Las reglas de los gremios regían la calidad de las materias primas utilizadas, la naturaleza del proceso y la calidad del producto terminado. Los productos terminados se inspeccionaban y frecuentemente eran sellados por el gremio. La exportación a otras ciudades se hacia abajo estricto control con el fin de

que no se viera perjudicada la reputación de todos los miembros del gremio (Ayala, 2000).

Iniciaremos a expresar la definición del comercio internacional, expuesta por Mercado (2000) que describe: “*La introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otros países, integran lo que se denomina Comercio Exterior*”. Con este concepto identificamos cuál es el entorno que gira alrededor de una implementación de procesos logísticos en una compañía, asociación, corporación y demás entidades económicas que prevean exportar un producto, así también, la amplitud que se puede incorporar al concepto de ingreso y salida de productos extranjeros como podríamos considerar a producto, servicio inclusive un software. La globalización ha permitido que el concepto sea tan amplio que de hoy en día se puede vender desde Dubái en la comodidad de una oficina a un país como Perú.

En el comercio internacional, para que se pueda dar validez jurídica por los intervinientes, se debe protocolizar los compromisos contractuales por lo cual éstas deberán estar regidas a un contrato de compra venta internacional, en el que se establecerán como requisito principal las cantidades mínimas de compra admisible en un período de tiempo determinado (Jerez, 2011).

En este punto es donde comenzamos a utilizar los denominados INCOTERMS o términos de negociación internacional, revisamos lo descrito por la Organización Mundial del Comercio – OMC, y demás organismos que pueden ser partícipes en el comercio exterior.

Para el financiamiento, se debe analizar que: la asignación de recursos insuficientes para el desarrollo de una idea es incluso peor que no financiarla en absoluto. Es necesario concentrarse en operaciones rentables. Para formular el presupuesto se requiere contar con objetivos claros, identificar todos los costos en materiales, personal e insumos financieros y definir claramente cuáles son las áreas y las personas responsables de usar esos recursos (Sullivan & M.Sheffrin, 2003)

También ante la aplicación de un contrato, deberemos observar lo descrito por Jerez (2011), quién manifiesta que, se deberá contemplar el contenido mínimo compuesto por lo siguiente:

- Identificación de las partes contratantes, exportador – vendedor e importador – comprador
- Especificación de los productos, bienes, y servicios que son objeto de la transacción comercial, indicando la calidad y características de los mismos; la cantidad, unidad de medida, peso bruto o neto, así como márgenes de tolerancia.
- Verificación e inspección, con expresa mención a los procedimientos de muestreo, prueba y certificación requerida.
- Protección física de la mercancía conforme las características de los productos indicando envases y embalajes que aseguren su integridad.

Analizado diferentes investigaciones realizado para implementar diferentes mecanismos de exportaciones, tenemos que (SÁNCHEZ, 2012), describe una propuesta para implementar la exportación de tortillas del maíz de origen mexicanas a Francia, en base a un criterio de relaciones comerciales saludables que se tienen vigentes; a través de un diseño logístico que va desde el diseño de producto hasta el envase, incluye la consideración de los costos unitarios en los cuales se deben incurrir para su puesta comercialización. Analiza también la normativa legal vigente de México en el cual se puede encasillar la propuesta para proceder con la aplicación de la misma y tener una viabilidad adecuada.

Por otro lado tenemos lo expuesto por (COLOMA, 2015), el cuál plantea una investigación para comercializar en el mercado de Estados Unidos stevia; en el cuál detalla una estrategia comercial que se enmarque en una planificación estratégica, segmentación de mercado, y el marketing mix como parte primordial para la factibilidad de la implementación, a esto sumado el análisis financieros de la puesta en marcha de la propuesta; de todo esto nos permite tener consideraciones al momento de realizar nuestra propuesta.

De la investigación realizada por (Rodríguez, 2015), para el diseño de un plan de negocio para exportar el “corazón del palmito”, permite conocer que para iniciar con una procedimiento de exportación debemos incorporar el estudio técnico de la demanda, de la localización, un plan de marketing y plan estratégico en conjunto

con el FODA⁴ de la empresa que propone realizar mencionado procedimiento de comercialización internacional de un producto, con la propuesta expuesta, permite conocer que para realizar al comercialización internacional, se debe incorporar diferentes Planes para una eficacia en el planteamiento de la propuesta.

(Cueva, 2012), en su estudio referente a la prefactibilidad para exportar cacao orgánico, incluye como parte de la incursión en esta propuesta, realizar el análisis de las cinco fuerzas de Porter, que es un análisis de mercado para probar la conveniencia de este (rentable o no). Este análisis es de dos tipos: Interno y externo. En el análisis interno se toman en cuenta algunos factores tales como: Infraestructura de la empresa, Manejo de recursos Humanos, Investigación y desarrollo de tecnología, adquisiciones, etc.

En el análisis externo, también conocido como las cinco fuerzas de Porter se toma en cuenta los siguientes factores: “**Rivalidad entre los competidores, Amenaza de Nuevos Participantes, Amenaza de sustitutos, Poder de negociación de los compradores y Poder de negociación de los proveedores**”. En este último Michael Porter omite la alianza estratégica con proveedores. Este análisis permite conocer una estrategia con la cual se podría trabajar e incorporar en la presente propuesta a analizar. (Cueva, 2012)

Para llevar a cabo una adecuada propuesta, se ha visto la necesidad de considerar los puntos expuestos por (Moreno, 2014), quién expone que, para llevar a cabo una exportación de un determinado producto, se debe considerar siete fases que consiste en; en una primera fase, determinar las razones para exportar; la segunda fase, selección del mercado a exportar; tercera fase, analizar el mercado y definirlo de forma definitiva; la cuarta fase que se enmarca en definir la estrategia de exportar; la quinta fase que es la definición de los objetivos de exportación; la sexta que va a la mezcla de marketing de exportación y finalmente la séptima fase que es el control de la gestión del mercado de exportación. Con esta propuesta se puede ver a la exportación desde un modelo teórico en el que se implementan diversos mecanismos con los cuales podría ser efectiva la aplicación.

⁴ El nombre de FODA es un mecanismo de análisis de las iniciales de cuatro conceptos básicos que se deben analizar al momento de aplicar una estrategia en la empresa, F de fortaleza; O de oportunidad; D, de las debilidades y la A de amenazas (Borello, 1994)

(Miranda, 2014), realiza un estudio de factibilidad comercial y financiera para producir y exportar a Francia Orquideas, en el cuál inicia analizando la situación actual y termina proponiendo una prefactibilidad considerada desde el punto de vista del producto, el estudio de mercado, el marketing a realizarse para la comercialización del producto y finalmente el estudio financiero. Agrupados estas descripciones, culmina determinando si es factible iniciar un proceso de comercialización internacional de un producto a Francia, así como las consideraciones pertinentes que se han incluido en el estudio para incursionar en una comercialización internacional de un producto vegetal a mercados europeo.

(Gallardo & Navarro, 2011), exponen en su investigación la logística de exportación del producto, en los cuales incluyen los procedimientos en los cuales se deben encasillar todos aquellos que desean exportar, así como son los aspectos arancelarios, que permitirán establecer la adecuada clasificación del productos; los requisitos de exportación que exige la legislación Ecuatoriana para poder comercializar productos procesados; los requisitos en el país de destino; consideraciones en lo referente a envase, embalaje y empaque del productos; modo de transporte y el INCOTERM adecuado para la negociación. En esta investigación, lo que se proponen es un modelo logístico para proceder a exportar un producto ecuatoriano a un mercado internacional, como es el caso de Estados Unidos de Norteamérica, en el que se consideran las variables operativas y legales pertinentes que deben considerar.

Una propuesta interesante para exportar tortilla a Francia, realizada por (Sanchez, 2012),expone que: para realizar este tipo de proyecto, se deben considerar las aristas políticas, relaciones comerciales entre países, la logística aplicada en el producto, la descripción del mercado objeto, las bases legales que permitirán la viabilidad de la exportación; ante esto la investigación realizada permite conocer varios puntos que se deben considerar al momento de efectuar una venta internacional de productos a un país Europeo. Por otro lado la propuesta es en base a un análisis interno realizado que le permitió identificar un producto que tiene un gran impulso en México y que no implica condiciones nuevas de implementación de maquinaria y equipo por lo que tiene varios puntos favorables en su estudio para la factibilidad de aplicación.

Análisis de costos realizados a diferentes empresas exportadoras permiten conocer los rubros con los cuales las empresas se están manejando y les permite tener rentabilidad (Cobos, 2014). En la investigación mencionada, hace referencia a un estudio efectuado a la empresa exportadora de Flores de Azuay, y expone todas las consideraciones en las que se deben incurrir para mantener una empresa exportadora de productos agrícolas ecuatoriana. En este contexto conocemos que parte de los rubros de gastos deben ser para la maquinaria y marketing, siendo éstos los de mayor peso para el sostenimiento de las empresas exportadoras. Así también el contar con la información financiera adecuada permite que los precios internacionales establecidos sean los adecuados.

En la investigación realizada por Pinduisaca & AViles, (2016), en la que exponen las teorías de la Ventaja Absoluta y la Ventaja Comparativa para la aplicación en una empresa exportadora de productos alimenticios como es Quevexport S.A., que pretende iniciar la comercialización de harina de cacao a mercados Europeos Francés, por ello analizan que estas teorías expuestas por Adam Smith y David Ricardo respectivamente, deben ser incorporadas a la metodología de trabajo de la empresa, siendo que bajo estos esquemas podrán mejorar la productividad, abaratar costos y establecer una visión a largo plazo de comercialización de los productos previstos. En mencionada investigación, se pueden revisar que la propuesta abarca la temática sobre la inteligencia de mercado, del porque se determinó al mercado objeto de Francia; por ello ha sido muy importante partir desde el estudio de las teorías antes descritas. Con este estudio permitirá determinar otras líneas de acción para la adecuada aplicación de propuestas de exportación de productos a Francia.

Siguiendo con las líneas de investigación, encontramos a la propuesta realizada por (Cedeño & Montenegro, 2004), encontramos que dentro de su propuesta para exportar a Estados Unidos de Norteamérica el producto Uchuva⁵ desde Colombia, en tal virtud propone la implementación de un sistema logístico de exportación que encasilla actividades como: tiempos de la recepción almacenamiento e inventarios del producto, el empaque, la distribución, la comercialización y un sistema de

⁵ La planta conocida como uchuva, uvilla, aguaymanto o bien ushun pertenece a la familia solanaceae, por lo tanto posee características similares a las plantas de papa, tomate y tabaco, a pesar de su crecimiento arbustivo. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Physalis_peruviana

información en el que se da seguimiento al producto y cliente final. Con esta propuesta podemos encontrar otros componentes a incorporar en un proceso de comercialización internacional de un producto que gira en torno a la materia prima y la aplicación de las tecnologías de la información.

Considerando a nuestro mercado objeto Francia, se ha considerado la investigación realizada por (Garcia & Gutierrez, 2007) establecen que para realizar la comercialización internacional se debe analizar sus niveles de demanda, siendo éste su principal antecedente para la determinación del mercado objeto. Así también analizan a los posibles competidores quienes podrían provocar un efecto adverso en la venta del producto; también establecen un canal de venta en diferentes líneas que prevén la captación de mayores consumidores.

El comercio internacional lleva desde varios siglos inmersos en la economía de un país y contribuyen al desarrollo; para llevar a cabo el proceso, debemos conocer las teorías que giran en torno al proceso, para así tener un punto de partida para utilizar una de ellas que se ajusten a las realidades productivas, económicas y de crecimiento de un país. Es por ello que tenemos las siguientes teorías de comercio internacional: La teoría clásica del comercio internacional y del desarrollo económico; la teoría pura y monetaria del Comercio Internacional; la teoría del equilibrio y el comercio internacional; la teoría de la localización (Mercado, 2000).

Así también, al momento de iniciar la investigación nos referiremos al comercio internacional; ya que también existe el comercio interregional; la diferencia entre ellas es primero, la existencia de gobierno en cada país, con mayor o menor grado de autonomía en materia económica (especialmente arancelaria y monetaria); y la segunda es costos diferentes en la producción, estructura de costos diferentes en cada país (Mercado, 2000).

Para determinar la aplicación adecuado de las exportaciones se debe considerar que:

“La exportación es un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como el conocimiento técnico e identificación de

factores claves de los mercados internacionales por parte de los productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y por su puesto sus utilidades en nuevos mercados” (Sulser & Pedroza, 2004).

Para la aplicación de una metodología de trabajo entre países, se debe considerar la concepción de una relación comercial, en la que es necesario conocer que *“la única diferencia que existe entre una relación de mercado doméstico y una de mercado internacional son las aduanas o bien llamadas fronteras económicas”* (Martín, 2012); ante esto podemos determinar que para conseguir internacionalizar el producto debemos conocer las políticas internacionales del ingreso del producto a través de sus aduanas y así optimizar el tiempo de entrega.

Otro criterio válido es el concepto que debe tener la empresa referente a la logística y el comercio internacional, siendo que la primera alimenta a la segunda y permite su ejecución por lo que la empresa que ejecuta producción para la comercialización internacional debe controlar todo lo referente a la logística necesitada en la empresa para la venta de mencionado productos (Callaba, 2004).

La logística, es la encargada de comprobar que cada actividad en la cadena de suministro, sean parte de la contribución al proceso de agregar valor al producto, que los consumidores están deben pagar solo si el producto o servicio se encuentra en el lugar y tiempo indicado, como ha sido el ofrecimiento inicial de la empresa, en este caso, de entregar en el puerto de destino de importación los productos a la fecha pactada sin incurrir en mayores gastos, se describe a la logística como la creación de valor a lo solicitado por los clientes y los empleados de la empresa, que son expresados en términos de tiempos y lugar (Ballou, 2004).

Martín (2012), manifiesta que para tener un adecuado comercio exterior, debemos considerar los cinco pilares del comercio exterior que se basan en el transporte y logística, que básicamente será un fundamente en los tiempos de cumplimiento de los compromisos, el segundo pilar es las Finanzas y medios de Cobros, el tercero es el Área Jurídica y por último el código aduanero que todos estos en su conjunto

consiguen un Marketing adecuado para la comercialización del producto; con estos pilares se podría tener un producto sin demoras en la entrega.

Parte de la investigación gira entorno a conocer los niveles productivos de una empresa u organización, por lo que considerando el siguiente postulado *“identifica cual es la relación entre los recursos utilizados por la empresa y lo que realmente produce”* (Martinez & Lombana, 2013). Como podemos completar el postulado antecedido, es necesario considerar que la empresa deberá siempre tener a su favor datos e información relevante de lo que produce y filtros de comercialización, esto deberá ser aplicado por parte de los productores, y todo esto permite mantener una relación comercial saludable con el receptor de los bienes y/o servicio, permitiendo el crecimiento mutuo.

Ante estos preceptos podemos concluir, en lo referente a comercialización, logística, relaciones comerciales transfronterizas que; para implementar la presente investigación, se debe en primera instancia conocer todo lo referente a la Aduana de ingreso del producto exportado, se deberá conocer aranceles a cancelar, los medios logísticos más convenientes; así también los canales del marketing que son más apropiadas, así como todos los componentes que se adhieren para que sea exitosa la internacionalización de la marca y por último lo referente a la implementación del sistema propuesto para la comercialización del snacks.

Una parte fundamental que debemos considerar es la forma de posicionar el producto en el mercado, por ello debemos analizar técnicas de marketing que delimitarán pasos a seguir, por ello se debe considerar, primero que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia, segundo la “posición” de un producto implica encontrar estrategias que den las mayores ventajas en los mercados seleccionados y tercero el consumidor siempre paga por un valor que percibe (Staton, J., & Walker, 2007).

Para la concepción de una relación comercial, es necesario conocer que cuales son los conceptos que se deben manejar, por ello se expone el siguiente precepto: *“la única diferencia que existe entre una relación de mercado doméstico y una de*

mercado internacional son las aduanas o bien llamadas fronteras económicas” (Martín, pag. 40); ante esto podemos determinar que para conseguir internacionalizar el producto debemos conocer las políticas internacionales del ingreso del producto a través de sus aduanas y así optimizar el tiempo de entrega.

1.8.2 Marco Legal

Para la aplicación de los procedimientos que facilitan el Comercio Exterior en el país deberemos ceñirnos a lo descrito en la normativa vigente que se establezcan para el efecto, es así que tenemos al Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión COPCI⁶, que en su título II, nos habla de las facilidades aduaneras para el comercio; así como también describe al ente regulador del Comercio Internacional como lo es la SENA.

La SENA, que es un organismo al que se le atribuye, competencias técnico-administrativas, necesitadas para llevar adelante la planificación y ejecución de la política aduanera del país y para ejercer, en forma reglada, las facultades tributarias de determinación, de resolución, de sanción y reglamentaria en materia aduanera, de conformidad con este Código y sus reglamentos. (Art. 212 COPCI).

Entre los principios fundamentales normados mediante el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, están:

- a) Facilitación al Comercio Exterior.- Los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos, procurando el aseguramiento de la cadena logística a fin de incentivar la productividad y la competitividad nacional.
- b) Control Aduanero.- En todas las operaciones de comercio exterior se aplicarán controles precisos por medio de la gestión de riesgo, velando por el respeto al ordenamiento jurídico y por el interés fiscal.
- c) Cooperación e intercambio de información.- Se procurará el intercambio de información e integración a nivel nacional e internacional tanto con entes públicos como privados.

⁶ COPCI: es la abreviatura del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión, emitido con registro oficial N°351 del 29 de diciembre del 2010, que tiene por objeto regular el proceso productivo producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir

- d) Buena fe.- Se presumirá la buena fe en todo trámite o procedimiento aduanero.
- e) Publicidad.- Toda disposición de carácter general emitida por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador será pública.
- f) Aplicación de buenas prácticas internacionales.- Se aplicarán las mejores prácticas aduaneras para alcanzar estándares internacionales de calidad del servicio.

Así también podemos visualizar que el COPCI, entrega todas las herramientas necesarias a la facilitación del comercio exterior, que reposa en sus articulados en el capítulo II. Es así que tenemos en el art. 107 las obligaciones tributarias, 108 los tributos al comercio exterior que son tres: derechos arancelarios, impuestos de Ley y tasas por servicios aduaneros.

Así también nos describe a los sujetos de las obligaciones tributarias aduaneras que son dos el Sujeto Activo signado al Estado y el Sujeto Pasivo signado para el Contribuyente. Así también todo lo referente a las operaciones aduaneras descritas desde el art- 128 al 137.

A partir del artículo 138 nos hablan de las declaraciones aduaneras, en la que se describe quienes son los que están obligados a presentar y quienes no en base al bien que se importe o exporte.

Un tema importante que el COPCI nos expone es los tipos de aforo que se efectúan de los cuales detallamos el electrónico, físico o documental, que son ejecutados por parte de la Autoridad Aduanera. Finalmente, en el Título II del COPCI nos habla sobre los controles aduaneros y los sujetos que se exponen al mismo, es así que tenemos que el control aduanero se ejecuta sobre las mercancías y personas que intervengan en las operaciones de Comercio Exterior que entren o salgan del territorio y puede ser control anterior, concurrente y posterior.

Por último, podemos visualizar que todo el procedimiento para la ejecución de lo dispuesto en el COPCI, se encuentra soportado por las resoluciones del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

1.8.3 Marco conceptual

1.8.3.1 Cadena Logística

Conforme se requiere conocer con amplitud la temática estudiado, debemos conocer lo que menciona (Castellanos, 2015):

La cadena logística es la vía imaginaria mediante la cual se realiza el movimiento de mercancías desde su origen hasta el consumidor final. Esta movilización se lleva a cabo a través del servicio, manipulación, transformación, desplazamiento y almacenaje que sufren los productos desde que son materia prima hasta su elaboración como mercancía final

El procedimiento logístico es importante conocer para iniciar una implementación de procesos que se direccionan al mejoramiento de lo ejecutado actualmente, conforme se expresa en el criterio antecedido, podemos decir que todo lo que se ejecuta para que un producto pueda ser entregado al consumidor final es llevado bajo una cadena logística preestablecido dentro de una organización.

1.8.3.2 Comercialización:

Se trata sobre la comercialización, que tiene que ver con el intercambio de productos y servicios, por lo que, (Morales & Villalobos, 1985), indica;

La comercialización es el mecanismo primario que coordina las actividades de producción, distribución y consumo en determinada área o campo económico para satisfacer las necesidades de las distintas unidades consumidoras.

La comercialización es todo aquel procedimiento que ejecutan varias actividades para entregar un producto a entera satisfacción del consumidor, todo esto en un área determinada de territorio, bajo lineamientos claros que son la distribución del producto, generando réditos económicos.

1.8.3.3 Comercio Exterior:

Manteniendo una coherencia en las ideas de la temática investigada, podemos acogemos el criterio de (Gonzalez, Martinez, Otero, & Gonzalez, 2014), que su postulado manifiesta:

El comercio exterior es el que se desarrolla entre un país determinado y el resto de los países del mundo. Por lo tanto, es una parte del comercio mundial. Al hablar del comercio exterior tendremos como referencia un país determinado (comercio exterior España) o un conjunto de países cuando se trate de un caso de integración económica (comercio exterior de la Unión Europea).

Conforme el criterio citado, podemos observar que el comercio exterior es la relación que mantiene un país con otro, todo esto llevando un flujo determinado de normativas que es aplicada por los países de quienes se está realizando el comercio; a éste criterio también se aplica la las relaciones que se lleguen a realizar con bloques comerciales como lo son por ejemplo la Unión Europea o la Comunidad Andina - CAN.

1.8.3.4 Exportación:

Ampliando un poco el criterio investigado, se debe conocer el criterio realizado por (Sulser, Valdez Rosario & Pedroza Escandon, 2004):

La exportación es un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y por supuesto sus utilidades en nuevos mercados

El criterio citado nos permite ampliar la perspectiva de la comercialización internacional de un producto, así como también brinda un soporte técnico para que pueda ser ejecutado de la mejor forma. En este concepto podemos apreciar que se habla también de las partes involucradas para que exista un a exportación y su importancia en todo el proceso para culminar con el objetivo inicial de trasladar un bien de un espacio territorial a otro totalmente diferente.

1.8.3.5 Estrategia:

(Sainz de Vicuña, 2001), nos propone el siguiente concepto referente a estrategia:

El término estrategia, que inicialmente era de uso exclusivo del lenguaje militar, ha ido adquiriendo con el paso de los años un sentido mucho más extenso y popular. Se habla de estrategia

dentro del mundo de la empresa, pero también lo hacemos en cualquier disciplina del deporte en el que entran en juego dos o más competidores. Incluso los niños han aprendido a practicar juegos de estrategia en el que les exige plantear un <<cómo>> - unas directrices planteadas hacia la acción- para conseguir un <<qué>> -objetivo final- antes que sus adversarios.

La definición de estrategia consiste sencillamente en adecuar nuestros factores internos a los factores externos para obtener la mejor posición competitiva. El directivo, en función de su interpretación del análisis efectuado, tiene que plantear diversas opciones y reflexionar acerca de la más idónea, teniendo siempre presente los medios de los que dispone y los resultados deseados.

Como pudimos analizar el concepto de estrategia se remota a una práctica militar que incluía el “cómo” y un “qué”, para plantear mecanismos diversos y llegara un objetivo en común que era ganar la guerra. En ese mismo sentido varios estudiosos en la temática administrativa lo utilizaron en sus prácticas comerciales logrando tener un producto final de estrategias a nivel administrativo. En este postulado podemos visualizar que la responsabilidad de ejecutar las estrategias queda a cargo del Directivo quien será el responsable de su adecuada planificación y ejecución logrando el objetivo empresarial propuesto.

1.8.3.6 Logística:

Hablando en su contexto general tenemos lo expresado por (Lerma & Marquez, 2010):

Comprende la recepción y tratamiento de pedidos, dar curso a las expediciones con todas las actividades de transporte y logísticas: selección de la vía de transporte para cada envío, embalaje a utilizar, condiciones del envío, cumplimiento de los plazos de entrega, control de inventario y almacenes, etc.

Acogiendo el criterio citado, podemos conocer que toda actividad que se basen en el manejo de los productos desde su producción, transformación, embalaje, transporte hasta el consumidor final es considerado logística y de la adecuada aplicación en los tiempos previstos se podrá llegar al cliente final.

1.8.3.7 Logística de exportación:

Dentro del proceso investigativo, debemos conocer los conceptos medulares de la misma, es por ello que destacamos el concepto de (Cabrera, 2014), quien manifiesta:

La gestión de la cadena logística internacional asociada a la exportación supone una mayor complejidad por su desarrollo en mercados internacionales, al verse afectada por múltiples factores, entre los que cabe destacar los siguientes: a) Desconfianza e inseguridad jurídica; b) Influencia de las normas propias de cada mercado; c) Necesidad de adaptación del producto a los gustos y tendencias de los consumidores; d) Determinación del precio; e) Transporte internacionales más largos, complejos y costosos; f) influencia de las relaciones políticas internacionales; g) Dificultades para determinar la ubicación óptima de planta de producción; h) Realización de gestiones aduaneras de exportación e importación.

Para iniciar un proceso de logísticas que implique la exportación de un determinado producto es necesario conocer en su génesis los factores que influirán en el mismo, por ello es propicio determinar las actividades que deberán ejecutarse a fin de no verse afectado los actores de los mercados internacionales. Sin embargo, no podemos dejar de lado las consideraciones que giran en torno a la logística de exportación propiamente dicha, y por ello se debe considerar el tipo de afectación y factor que podría verse involucrado y afectar al proceso.

1.8.3.8 Pequeña y Mediana Empresa - PYME:

El direccionamiento del presente manual es para los PYME, por ello rescatamos el concepto emitido por (Martinez, Santero, Sanchez, & Marcos, 2009), que expresa:

La definición de PYME varía por países, aunque normalmente se apoya en la utilización, individual o conjunta, de dos criterios: número de trabajadores y facturación. Dado que la información referida al empleo es más fácil de obtener, en la práctica este es el criterio más utilizado. En los países de la UE y en gran parte en los de la OCDE, el límite máximo para la consideración de una empresa como PYME se sitúa en los 200 ó 250 empleados. Las

excepciones más significativas son Japón, que fija el límite máximo en 300 trabajadores y Estados Unidos que lo hace en 500 trabajadores.

Conociendo este concepto, nos permite determinar el estatus en el que se encuentra considerado una pequeña asociación o agrupación de artesanos u obreros para ejecutar una determinada actividad económica. Este hecho también es determinante al momento de aplicar diversos procedimientos siendo que en cada etapa intervendrá diferentes operarios, así también el concepto antecedido expone que el criterio es aplicado de diferentes puntos de vista dependiendo del organismo a que son parte.

1.8.3.9 Proceso logístico

El procedimiento a aplicarse es de carácter progresivo, por ello es necesario conocer el criterio emitido por (Monterroso, 2017), quien manifiesta:

Logística es un término que frecuentemente se asocia con la distribución y transporte de productos terminados; sin embargo, esa es una apreciación parcial, ya que la logística se relaciona con la administración del flujo de bienes y servicios, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen hasta la entrega del producto terminado en el punto de consumo. De esta forma, todas aquellas actividades que involucran el movimiento de materias primas, materiales y otros insumos forman parte de los procesos logísticos, al igual que todas aquellas tareas que ofrecen un soporte adecuado para la transformación de dichos elementos en productos terminados: las compras, el almacenamiento, la administración de los inventarios, el mantenimiento de las instalaciones y maquinarias, la seguridad y los servicios de planta (suministros de agua, gas, electricidad, combustibles, aire comprimido, vapor, entre otros)

Procedimiento aplicado a la distribución e implementación de un medio de transporte para la movilización de un producto desde su punto de elaboración, embalaje y venta al por mayor hasta el consumidor final, indistintamente su localidad geográfica. Por ello todas las actividades aplicadas a la manipulación de una

materia prima en diferentes instancias, para aplicación de una logística internacional se aplica la misma metodología de una logística local, sin embargo no debemos dejar de lado los costos que se deberán asumir hasta culminar el proceso.

1.9 Formulación de la Hipótesis y variables.

1.9.1 Hipótesis general.

- Realizada la Implementación de un proceso logístico, detallado a través de un manual de comercio exterior, permitirá influir en el desempeño de las exportaciones de snack procesado de “papa china” al mercado Francés de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.

1.9.2 Hipótesis Particular

- Pudiendo efectuar una revisión a los diferentes documentos de COEMPROPAS se podría determinar cuáles han sido los causantes para no se haya internacionalizado el snack de papa china; para conocer si son influyentes las regulaciones aduaneras ecuatoriana.
- El poco acceso a la información estaría siendo la causa por la cual COEMPROPAS, no haya incursionado en procedimientos de venta internacional a través de procesos logísticos de comercio exterior del producto snack de papa china;
- Tener un amplio conocimiento del estado de cada país podría influir para que productos como el snack de papa china no se haya aún internacionalizado, para lo cual se podría considerar información como el análisis riesgo país y datos de importación por grupo arancelario, que permitan conocer alternativas de negocios,
- Considerando la capacidad de producción, la COEMPROPAS podría realizar nuevas incursiones de venta a otros mercados, lo cual permitirá tener un crecimiento económico a todos los productores.

1.9.3 Variables de la Hipótesis

Analizado los componentes de la presente investigación, podemos estipular que se trabajará con variables cualitativo.

- La variable independiente (VI): exportación de los snack procesados de papa china de COEMPROPAS.

VARIABLE INDEPENDIENTE PRINCIPAL

- Mercado definido en base a historial de importaciones realizadas por grupo arancelario;
- Capacidad de producción para cubrir la demanda.
- Cumplimiento a necesidades nutricionales de los snack procesos al país destino.

VARIABLE INDEPENDIENTE SECUNDARIA

- Snack procesado con alto valor nutricional por cada empaque;
- Competitividad de venta del producto a nivel de otras naciones;
- Destino de la exportación del snack.

- La variable dependiente será (VD): Implementación de un proceso logístico

VARIABLE INDEPENDIENTE PRINCIPAL

- Procesos esquematizados y estandarizados para ejecución;
- Intervención en todas las etapas del proceso;
- Definiciones claras en cada etapa del proceso.

VARIABLE INDEPENDIENTE SECUNDARIA

- Definición de un modelo de venta internacional adecuado;
- Competencia por cada etapa
- Definición de medios de transporte
- Herramientas informáticas para nuevos mercados

1.10 Aspectos metodológicos de la investigación

En este capítulo se analizan y señalan los objetivos de la investigación destacando los objetivos generales y específicos relacionados con el tema, a la vez que se

describen los distintos tipos de investigación utilizados para la elaboración del estudio. En este contexto tenemos las siguientes tipos de investigación a utilizar para la presente investigación, así como también analizaremos el tipo de investigación, las fuentes para la recolección de la información y el tratamiento de la misma, que se detallaran a continuación.

1.10.1 Tipo de diseño, estudio y enfoque de investigación

Este proyecto, como lo mencionamos anteriormente se llevará a cabo por medio de los siguientes tipos de investigación:

INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA: Este tipo de investigación permitirá conocer el estado actual de la comercialización local del snack de papa china por parte de COEMPROPAS.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA: Su propósito es describir la situación actual en la cual se está desarrollando el proceso comercial en la provincia de Pastaza del snack de papa china, es decir cómo se encuentra organizados los productores, buscando especificar las propiedades importantes de cada uno de ellos en el fortalecimiento comercial del snack; mismos que serán sustentos para poder analizar los diversos aspectos, dimensiones o componentes de la investigación.

INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA: A través de ésta investigación argumentaremos la investigación realizada para generar un lenguaje uniforme, claro y explícito de lo que se está investigando a fin de tener coherencia lógica del caso con los argumentos científicos.

INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL: Con este tipo de estudio podremos describir los conceptos y variables planteada de manera individual como la relación que existe entre ellas. Es así que podremos analizar la relación entre la variable dependiente y la independiente con soporte a los datos que se obtengan de las encuestas efectuadas al grupo de estudio.

1.10.2 Metodología de la investigación.

En esta investigación se utilizó el diseño cuantitativo, debido a que se va a analizar datos que de exportaciones del producto hacia destinos Europeos, así como también serán las que permitirán probar las hipótesis planteadas tanto con bases numéricas, porcentual, y finalmente el análisis de los datos estadísticos previstos para probar lo planteado en la presente investigación.

1.10.3 Fuentes y técnicas para la recolección de información.

Considerando otra parte medular de la investigación propuesta, en lo referente a recolección de datos, ésta deberá permitir triangular la hipótesis con las fuentes primarias y la información registrada. Las técnicas de recolección de datos serán las siguientes, en base a nuestras necesidades:

- **La encuesta**, que permitirá medir el nivel de aceptación de producto por el mercado propuesto a exportar el producto de snack de papa china de origen Ecuatoriano- Pastasence.
- **Las entrevistas**, es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede apoyarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta sobre la información de interés para el estudio
- **Recolección y análisis de información estadística**, Se considera que la técnica de la recolección y análisis de información estadística, permitirá estudiar el comportamiento de los factores a analizar en diferentes etapas.
- **La revisión bibliográfica**, La revisión documental o bibliográfica fue otra técnica importante utilizada para estructurar el marco teórico conceptual de referencia, a partir de la consulta de libros, artículos de periódicos y revistas, boletines, folletos y todo tipo de publicaciones relacionadas con el tema.
- **Internet**, para la presente investigación también se han aprovechado las ventajas que ofrece la tecnología de punta a través de Internet como un medio para obtener información, ya que la misma se ha convertido en la actualidad en uno de los principales medios para captarla.

1.10.4 Población de estudio y tamaño de la muestra

1.10.4.1 Población

Nuestra población para el cálculo de la muestra es el total de los 101 agricultores de papa china del sector Teniente Hugo Ortiz, quienes son productores y procesadores de la materia prima y se encuentran asociados a COEMPROPAS conforme consta en los estatutos de la Corporación.

1.10.4.2 Muestra.

La muestra, es la parte de la población que se determina en base a un cálculo estadístico; ésta es parte de la población total de los socios de COEMPROPAS quienes nos proveerán de información para el desarrollo de la presente investigación.

Fórmula para determinar la muestra:

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

Dónde	Datos:
N Población	N = 101
n tamaño de la muestra	n = x
E Margen de Error	E = 0,05

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{101}{(0,05)^2 (101-1) + 1}$$

$$n = \frac{101}{(0,0025) (100) + 1}$$

$$n = \frac{101}{0,2525 + 1}$$

$$n = \frac{101}{1.2525}$$

$$n = 80.6387226$$

Aplicada la fórmula antecedita para determinar la muestra, se propone aplicar a una población de 81 socios del total de los miembros de la Corporación para conocer sus puntos de vista frente a la propuesta de contar con un manual estructurado de logística de comercio exterior para exportar los chips de papa china desde Pastaza – Ecuador hacia el país Europeo de Francia.

1.10.5 Tratamiento de la información.

Para obtener los resultados esperados en cuanto a determinar las causas que han influido para no iniciar con una captación de mercados exteriores se ha considerado iniciar por las fuentes primarias como son: Los productores de la papa china situados en la parroquia Tnte. Hugo Ortiz, con el objetivo de conocer sus capacidades máximas de producción de la materia prima, que permitirá proyectarse en mejor detalle las futuras cantidades de exportación.

Con la validación de la población sustento de la información se utilizarán el cien por ciento de los datos para obtener una información más real sustentada en datos reales estadístico.

1.11 Resultados e impactos esperados

Una vez culminado el proceso investigativo y sistematizada la información, se espera demostrar a la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza

COEMPROPAS, podrá plantear alternativas de crecimiento en la comercialización del snack, así también se podrá contar con información válida que permita iniciar una captación de mercado internacional, propuesta a través de la implementación de un sistema de comercio exterior válido.

Se detallan a continuación cuales son los resultados esperados por cada uno de los actores que conforman la comercialización del producto primario en la elaboración del snack.

Productores.-

- Conocerán las ventajas de captar mercados internacionales a fin de incrementar la producción y comercialización del snack.
- Se determinará cuáles son las debilidades como asociación las cuales no han permitido incursionar en esta captación de nuevos mercados.
- Conocerán la cantidad de productores que se beneficiarán al instalar nuevas visiones comerciales y captar mercados internacionales
- Contarán con mayores conocimientos en lo referente de captación de mercados internacionales.
- Incentivarán a los productos a seguir extendiendo su producción para incrementar la comercialización a nuevos mercados externos.
- Se proporcionará una información de tal nivel, que en conjuntos incursionarán en la captación de uno de los principales mercados económicos como el Estados Unidos.
- Fortalecerá la Asociatividad que han venido teniendo los productores en la comercialización del snack en estos últimos años.

Clientes.-

- Conocer los canales de distribución que se encuentran al alcance de Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS, actualmente que le permitirán tener visión futura.
- Tener un criterio de los tipos de clientes con las cuales podrán tener relaciones comerciales.

- Establecer cuáles son las preferencias del cliente en cuanto al producto que se está entregando y mejorarlo continuamente.
- Conocerán los potenciales de éste snack e incrementarán su consumo a futuros pedidos.

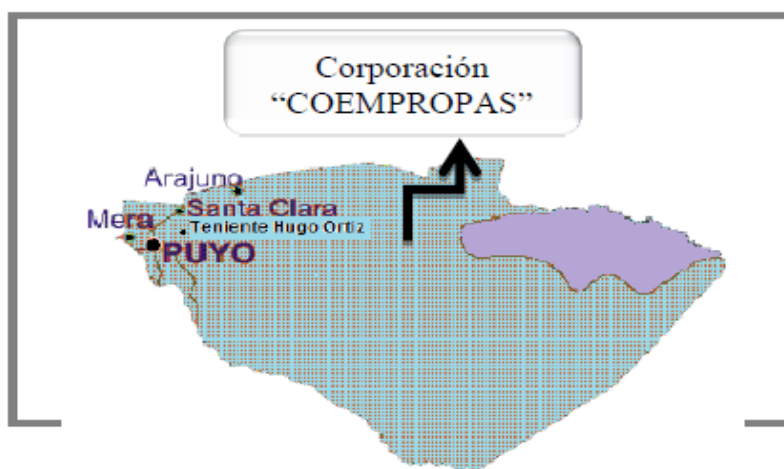
CAPITULO II

2 Metodología

2.1 Análisis de la situación actual

La Corporación de emprendedores productivos de Pastaza “COEMPROPAS”, está formada por un grupo de 110 socios, poseen alrededor de 2 a 3 hectáreas de cultivo, actualmente cuentan con una infraestructura de 200 m² de construcción direccionadas para centro de acopio y para la industrialización de harina de papa china, la empresa se encuentra totalmente equipada con una capacidad de producción de 20 quintales diarios, se ubica en la parroquia Teniente Hugo Ortiz kilómetro 18 vía al Tena, financiada en gran parte por el Ministerio de Inclusión Económico y social MIES, por el monto de \$ 387.059, logrando fortalecer el buen alimento a través del fomento productivo de la harina de papa china.

Ilustración 2. Ubicación de COEMPROPAS



Fuente. GAD Parroquial de Teniente Hugo Ortiz

2.1.1 Exportaciones de alimentos procesados

Analizado los datos expuesto en el sitio oficial de PROECUADOR⁷, actualmente las exportaciones de los productos procesados se encuentran en una línea de

⁷ PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador para su inserción estratégica en el comercio internacional (PROECUADOR, 2017).

crecimiento, es así que vemos el incremento del 2016 al 2017 en dos millones de los productos alimenticios procesados (PROECUADOR, PROECUADOR, Monitoreo de exportaciones, 2017). Nuestro país se ha caracterizado por mantener su economía estable, ante un sostenimiento de la venta del petróleo, pero a partir del 2011 se denota un significativo incremento en las exportaciones no petroleras.

Podemos observar que el crecimiento del sector de alimentos procesados, ha comenzado a tener un realce, y por ello se demuestran cifras de crecimiento en comparación del año 2016 al 2017; siendo que se maneja un promedio del 1.5% de crecimiento comparado.

Ilustración 3.- Monitoreo de variaciones de exportaciones no petroleras por sector.

VARIACIONES (ENE-ABR)			
SECTOR	2016-2017		PART. 2016
	FOB%	TON%	FOB%
BANANO Y PLÁTANO	16,87%	9,79%	26,58%
ACUACULTURA	25,23%	18,74%	20,33%
PESCA	20,57%	16,52%	11,45%
FLORES Y PLANTAS	18,86%	18,02%	8,16%
OTROS	-25,75%	-5,33%	6,76%
CACAO Y ELABORADOS	-1,37%	25,62%	6,75%
METALMECÁNICO	24,06%	18,03%	3,81%
ALIMENTOS PROCESADOS	1,59%	9,04%	3,63%
AGROINDUSTRIA	42,24%	29,84%	3,44%
FORESTAL Y PRODUCTO..	-2,32%	-14,67%	3,35%
PLÁSTICOS	-22,85%	-9,90%	1,38%
CAFÉ Y ELABORADOS	-4,89%	-13,96%	1,10%
CONFECCION Y TEXTIL	-16,92%	-20,30%	1,00%
AUTOMOTRIZ	-25,62%	-12,77%	0,68%
FRUTAS NO TRADICIONA..	16,38%	0,25%	0,51%
FARMACÉUTICO Y QUIML..	8,38%	31,24%	0,38%
CUERO Y CALZADO	-9,92%	18,74%	0,28%
CUIDADO PERSONAL Y D..	-16,77%	-21,14%	0,28%
ARTESANÍAS Y BOTONES..	-9,29%	4,80%	0,11%

Fuente: Proecuador

Elaboración: Proecuador

Así también se conoce que del total de países consumidores de productos alimentarios procesados, Francia ocupa el sexto lugar en importaciones realizadas de éste tipo. El tipo de consumos que se realizan por parte de éstos países tiende a crecimiento paulatino, a pesar que en Europa los estándares de ingreso de productos del tipo alimentario son muy exigentes, se puede conocer que los

productos ecuatorianos están siendo ingresados a éste país para consumos del mismo.

Por otro lado, analizamos la evolución por ítem arancelario, determinando que la partida arancelaria asignada para la papa china 2005.20.00.00, se puede constatar que desde el 2014 al presente año ha crecido en más de setenta y nueve mil dólares, logrando ocupar un puesto en los productos exportados no petroleros con un crecimiento porcentual del 459,09% desde el año 2014 al 2017.

Ilustración 4. Evolución de exportaciones No petroleras por subpartida

Evolución de las Exportaciones No Petroleras de Sectores por Subpartida

MONITOREO: 4.- ENE-ABR SECTOR: ALIMENTOS PROCESADOS

ALIMENTOS PROCESADOS MILES USD FOB (ENE-ABR)									
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014		2015		2016		2017	
		FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON
2005.20.00.00	PAPAS (PATATAS)	22	2	26	2	244	31	101	12
1902.19.00.00	LAS DEMÁS PASTAS ALIME..	287	209	335	241	219	161		
1515.90.00.00	LAS DEMÁS GRASAS Y - LO..	86	24	113	28	201	51		
2309.90.20.10	PARA USO ACUICOLA (PAR..	175	19	263	23	170	7		
2009.89.40.00	JUGO DE MANGO	208	219	283	245	150	118		
2009.89.90.00	LOS DEMÁS JUGOS DE FR..	177	113	563	655	129	209		
0811.90.91.00	MANGO	127	82	86	46	111	58		
2201.10.00.00	AGUA, INCLUIDAS EL AGUA..	122	312	146	372	110	270	171	398
0811.90.94.00	FRUTAS Y OTROS FRUTOS,..	2	1	140	53	95	35	0	0
2208.40.00.90	ALCOHOL ETÍLICO SIN DES..	53	19	60	24	95	31	90	31

Año: 2017
Sector: ALIMENTOS PROCESADOS
SubPartida: 2005.20.00.00
Descripción: PAPAS (PATATAS)
FOB: 101

Fuente: Proecuador
Elaboración: Proecuador

Como podemos observar, dentro de la evolución de exportaciones no petroleras tenemos a los alimentos procesados de patatas cargadas a la partida arancelaria 2005.20.00.00, crecimiento que se ha dado comparado desde el 2014 al 2017.

2.1.2 Producción de la papa china en Pastaza

En los últimos años el Ecuador ha experimentado un crecimiento acelerado de la población por lo cual las empresas tanto públicas como privadas han asumido la responsabilidad de satisfacer las necesidades de las personas a través de la

creación de productos como: alimentos, bebidas, calzado, vestimenta, entre otros, sin embargo éstas carecen de normas, procedimientos y prácticas de manufactura para alimentos procesados al introducirse por primera vez al mercado.

Sucede lo mismo en la provincia de Pastaza, ya que existen un sinnúmero de empresas que se han descuidado de brindar un producto de calidad a los clientes, ya sea por falta de recursos económicos o desconocimiento he ahí la Corporación Artesanal de Emprendedores Productivos de Pastaza “COEMPROPAS” que se dedica a la elaboración de los chips de papa china ubicada en el km 18 vía al Tena, Parroquia Teniente Hugo Ortiz ,la cual durante su trayectoria ha evadido algunos aspectos primordiales que se encuentran estipulados en el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura y por consiguiente repercuten directamente en la calidad del producto.

Tabla 4. Producción de Papa China de la Provincia de Pastaza

PARROQUIA SUPERFICIE (Ha)	
SIMÓN BOLÍVAR	80.8
TENIENTE HUGO ORTÍZ	22
SAN JOSÉ	17
MADRE TIERRA	11.85
TRIUNFO	10
SANTA CLARA	7.88
TARQUI	7.5
FÁTIMA	6.5
RÍO CORRIENTES	6.2
DIEZ DE AGOSTO	5.5
CANELOS	5.25
SARAYAKU	4.4
ARAJUNO	4.25
CURARAY	2.25
RÍO TIGRE	1.6
PUYO	1.5
POMONA	1.25
VERACRUZ	1.25
MONTALVO	1
SHELL	0.5
MERA	0.5
TOTAL	198.98

Fuente: Dirección de Planificación – GADPPz – 2011

Elaboración: Dirección de Planificación – GADPPz – 2011

Una de las principales deficiencias que la organización ha venido atravesando en el Proceso de Producción de los chips de papa china es la ausencia de un documento o manual en el cual se precisen los pasos que se deben efectuar para producir los chips de papa china, el mismo que permita ser socializado a todos los miembros de la organización y en especial a los suplentes de los operarios en caso de presentarse algún imprevisto de cualquier naturaleza, ya que al no contar con este valioso documento los operarios muchas de las evaden algunos procesos por desconocimiento o falta de capacitación, por lo que se ha visto la necesidad de que los directivos busquen los medios necesarios para que se efectúe dicho manual y así cumplir como requisito que exige el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados.

La información que se recopiló en la revisión de documentos facilitados por la organización conduce a realizar una investigación más profunda y minuciosa, en la cual se podrá detectar las falencias en los componentes que intervienen en los procesos de producción mismos que impiden la consecución de los objetivos y metas de COEMPROPAS ya que es probable que disminuya la comercialización en la provincia de Pastaza con el transcurso de tiempo.

La Corporación Artesanal de Emprendedores Productivos de Pastaza tiene como objetivo fortalecer el sistema integral de cultivo y procesamiento de papa china, para obtener sub-productos para la alimentación humana y animal, en la provincia de Pastaza, mediante el fortalecimiento organizacional, capacitación, industrialización, mejoramiento de la producción y buscando nuevas formas comercialización.

Sin embargo durante este tiempo la organización ha venido atravesando por ciertos problemas en el proceso de producción de los chips de papa china y sus componentes que intervienen indirectamente, los cuales imposibilitan cumplir con los objetivos y metas propuestas entre las cuales se puede citar:

- Inexistencia de un manual de comercialización
- Sistemas operativos que permitan comercializar los productos a niveles internacionales.
- No cuentan con los técnicos capacitados en el área de exportaciones para proceder a generar propuestas de captación de mercados internacionales.

Una vez recopilada y analizada la información proporcionada por la organización conduce a realizar una investigación con mayor profundidad, en la cual se podrá detectar las falencias en los componentes que intervienen indirectamente en los procesos de producción los cuales son: Infraestructura, maquinaria, materia prima y procesos internos de comercialización.

2.2 Análisis de la evolución, tendencias y perspectivas

La producción mundial de la *Colocasia Esculenta* (Papa china, Malanga, Taro, Yutia, Ñame, Otoe, Edo, etc.), se encuentra bien definida su producción a nivel del Continente Americano, con especial énfasis en centro américa y Sudamérica, de lo cual tenemos el siguiente detalle, en el que se visualiza el territorio cultivado que este tubérculo.

Tabla 5. Principales Productores de *Colocasia Esculenta* en Centro américa y Sudamérica

Hectáreas cultivadas				
PAIS	Producción toneladas	Área cosechada (Ha)	Rendimiento T/Ha	
Cuba	185,900	16,400.00	11.3	41.8%
Venezuela	105,000	10,000.00	10.5	23.6%
El Salvador	43,000	4600	9.3	9.7%
Perú	30,000	5,000.00	6	6.8%
República Dominicana	29,103.83	4,926.35	5.9	6.6%
Resto del Mundo	51,280.17			11.5%
TOTAL MUNDO	444,284	45,927.00	9.67	100%

Fuente: FAOSTAT
Elaboración: FAOSTAT

En la tabla antecedida se puede observar que Cuba ostenta el primer lugar, con una producción de 185,900 toneladas para el año 2013, en el segundo lugar tenemos a Venezuela con una producción de 105,000 toneladas en el 2013, un país centro americano como El Salvador ocupa el tercer puesto a nivel mundial y la principal competencia de nuestro país en producción de Malanga, atrás de ellos se suman Perú y República Dominicana, adicionalmente se puede ver el crecimiento que ha tenido la producción en el territorio latinoamericano y que esta es mayormente para consumo nacional y no de exportación (Ganadería, 2017).

2.2.1 Evolución de la agroproductividad en Ecuador

A nivel nacional, se encuentra diferentes asociaciones que se han dedicado al fomento productivo y darle un valor agregados a los productos agrícolas que se cosechan en sus tierras.

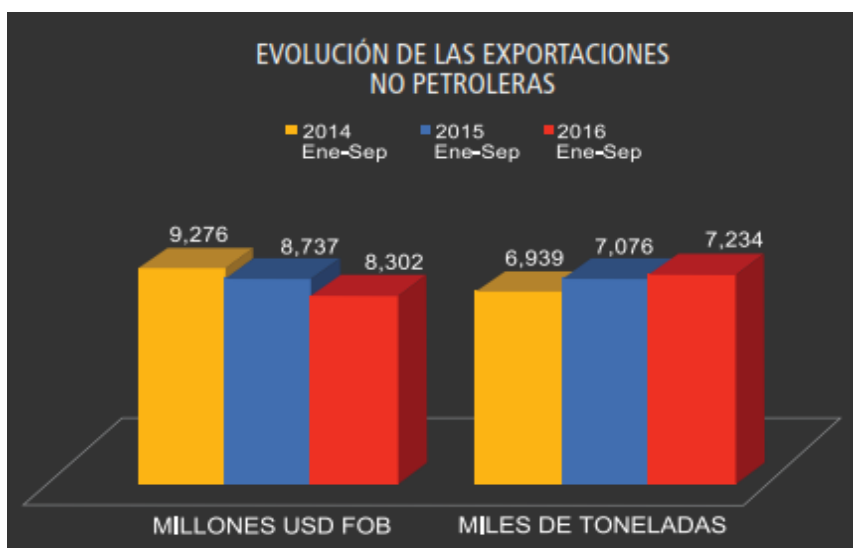
En Pastaza, existen organizaciones dedicadas a la agricultura, que buscan consigo realizar una gestión a través de los organismos gubernamentales como el IEPS⁸, para efectuar proyectos que incluya la comercialización de productos procesados, con la materia prima que ellos cultivan.

El estudiar los comportamientos referentes al comercio internacional lleva consigo implementar nuevas tendencias en base con las existentes, por ello es muy importante conocer cuáles han sido las fuentes primarias, secundarias incluso terciarias que dieron sustento al análisis de resultados provenientes de la investigación realizada. Por ello es importante darle una relevancia significativa a cada una de los datos o resultados que alimentaron a la investigación según es su orden de importancia.

Iniciemos visualizando el estado de las exportaciones en comparativos desde el 2014 hasta septiembre 2016, referente a las exportaciones petroleras y no petroleras.

⁸ El Instituto de Economía Popular y Solidaria – IEPS, tiene como misión Fomentar y promover a las personas y organizaciones sujetas a la Ley Orgánica de la Economía Popular Solidaria, en el contexto del sistema económico social y solidario previsto en la Constitución de la República y consistente con el Plan Nacional de Desarrollo, con sujeción a las políticas dictadas por el Comité Interinstitucional (IEPS, 2018).

Ilustración 5. Evolución de exportaciones No petroleras

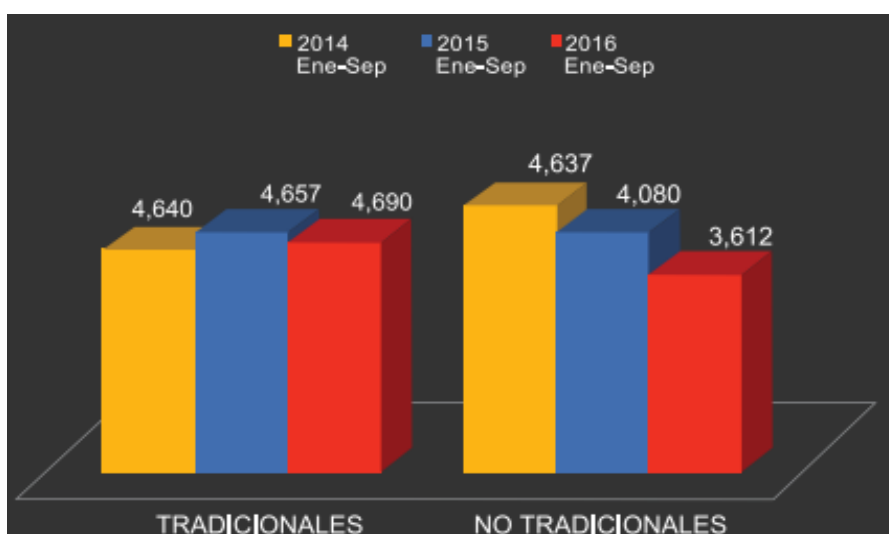


Fuente: Boletín de Proecuador diciembre 2016

Elaboración: PROECUADOR

Otra información muy importante, es conocer el crecimiento de las exportaciones no petroleras en toneladas para visualizar la representación y peso en ventas; por ello vemos para el año 2016 creció las exportaciones no petroleras en 1.02%.

Ilustración 6. Evolución de las exportaciones tradicionales y no tradicionales millones USD FOB



Fuente: Boletín de Proecuador diciembre 2016

Elaboración: PROECUADOR

Ahora bien, en base a cada una de la información obtenida, iniciaremos expresando las estadísticas de la balanza de pagos del Ecuador con al que terminó en el 2016, es así que tenemos segregada la balanza de pago en exportación en millones de dólares y vemos que se obtuvo un total de aportes de comercialización de origen ecuatoriano de USD 15.210,2 millones de dólares.

Tabla 6. Exportaciones desde el 2014 de Ecuador expresadas en millones de dólares.

MILLONES DE USD			
EXPORTACIONES	2014	2015	2016
PETROLERAS	13.275,9	6.660,3	4.898,6
NO PETROLERAS	12.448,6	11.670,3	10311,58
EXPORTACIÓN TOTAL EN MILLONES DE USD	25.724,4	18.330,6	15.210,2

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Banco Central del Ecuador

Esta información permite conocer el comportamiento a nivel nacional de las exportaciones de Ecuador hacia el mundo; ahora bien, se analiza otro reporte que permite definir líneas de acción referente a determinar cuál es el mejor producto para exportar. Este resultado que se incorporó como base de la investigación, demuestra que, a pesar de registrar baja en la venta internacional del petróleo con un 29.77% del total de los \$ 15.210.203,23 miles de dólares para el año 2016; aquí podemos visualizar que el 29.22% del total, se designa a exportaciones del tipo no tradicional casi a la par con lo exportado en el mismo período por venta de petróleo.

2.2.2 Análisis de las exportaciones del sector agroproductivo

Todo esto según los grupos registrados por el Banco Central en los informes emitidos en el portal web; los productos que se incorporan para éste análisis son los petroleros, derivados de petróleo, Banano y plátano, Café y elaborados, Camarón, Cacao y elaborados, Atún y pescado, y los productos no Tradicionales,

de los cuales obtuvimos el siguiente registro:

Tabla 7. Exportaciones FOB Por Grupos de Productos En Miles de dólares

EXPORTACIONES FOB POR GRUPOS DE PRODUCTOS EN MILES DE USD			
GRUPOS DE PRODUCTOS	2014	2015	2016
Petróleo Crudo	13'016.020	6'355.235	4'528.469
Derivado de Petróleo	259.833	305.084	370.148
Banano y Plátano	2'577.188	2'808.119	2'479.483
Café y Elaborados	178.295	146.516	133.713
Camarón	2'513.464	2'279.595	2'363.434
Cacao y Elaborados	710.152	812.394	664.013
Atún y Pescado	296.484	257.818	226.937
No Tradicionales	6'172.998	5'365.846	4'444.006,39

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Banco Central del Ecuador

Como se visualiza en el cuadro antecedido, conforme reposa en los reportes del Banco Central del Ecuador, el mayor aporte de ingresos que se registra para el PIB nacional es la comercialización del petróleo crudo que al 2016 registro un total de cuatro mil millones quinientos veinte y ocho mil cuatrocientos sesenta y nueve dólares, sin embargo todos los productos no tradicionales en su conjunto suman un aporte de cuatro mil millones cuatrocientos cuarenta y cuatro mil seis con 39/100 dólares.

2.3 Presentación de resultados y diagnósticos

2.3.1 Análisis de la población objeto de la investigación

Conocer a través de una investigación el comportamiento comercial internacional del país, permitirá que otros sectores se interesen a incursionar en nuevos emprendimientos para comercializar productos no tradicionales del tipo agrícola a países de la Unión Europea aprovechando los tratados internacionales actuales firmados por ambos gobiernos. Informar por medio de cifras de las actuales

exportaciones ecuatorianas al mundo demuestra que nuestro país incluye en su balanza comercial a las exportaciones no tradicionales del tipo agrícola.

La información obtenida permite conocer el estado de las exportaciones en nuestro país, así como su comportamiento a medida que ha pasado los años; podemos visualizar que la baja del petróleo representó bajas a nivel de las exportaciones no petroleras con un aporte total de 32,21% del total exportado para el cierre del 2016; siendo que en el mismo período en el 2014 las exportaciones petroleras permitieron registrar un 51.61%.

Este comportamiento ante la reducción de las exportaciones petroleras, permitió que el país incursionaría con la apertura de exportaciones no petroleras del tipo no tradicional, es aquí donde encontramos en menor nivel alrededor del 0,2% a pequeños emprendimientos como el de las PYMES, esto con la finalidad de reactivar la economía de pequeños sectores con nuevas propuestas. Este comportamiento referente a las exportaciones desde el Ecuador ha permitido que el Gobierno incorpore en la balanza comercial a la comercialización internacional de productos no tradicionales manufacturados por pequeños productores.

Por otro lado, ingresar nuevos productos del tipo alimenticio en países Europeos, implica cumplir con una serie de requisitos ante los estándares solicitados por el país comprador, pero para iniciar relaciones comerciales, se debe conocer las estadísticas que validen la factibilidad de ingresar el producto, ante ello, se revisó varios datos que se encuentran publicados en páginas oficiales de Francia para determinar las tendencias alimentarias de los pobladores, así como su estado a través de una revisión del riesgo país.

Toda la investigación realizada, gira entorno a implementar procedimientos logísticos de comercio exterior en la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS, ante ello, podemos concluir que este tipo de PYMES son las ideales para contar con todo el apoyo y respaldo gubernamental para comercializar en mercados internacionales sus productos.

Luego de un análisis amplio, para determinar los nuevos nichos de mercados, se concluye que deben realizarse las investigaciones de mercado pertinente en un gran volumen, siendo que deben incorporar sugerencias de las tendencias

alimenticias y con ello plantear una nueva línea de producción para COEMPROPAS y no perder el nuevo nicho de mercado.

Otra conclusión que se obtuvo luego de todo el proceso de investigación, es que en gran porcentaje los directivos de COEMPROPAS no conocía que la exportación de productos no tradicionales aporta en un porcentaje significativo a la balanza comercial de nuestro país; así como tampoco conocía que el país en el 2016 cerró con porcentajes similares las exportaciones no petroleras y de productos no tradicionales.

Finalmente, se puede concluir que la investigación brindo valiosos aportes para la incursión en nuevos mercados internacionales de micro emprendimiento por parte de PYMES locales, así como también los mecanismos por los cuales éstas podrían iniciar su incursión en mercados de este tipo. La exportación de productos no tradicionales del tipo orgánico le dan un plus para el consumo en países europeos.

2.3.2 Determinación de la muestra, determinación para aplicación

Antes de iniciar la elaboración del cuestionario, es necesario tener claros los objetivos y las hipótesis o preguntas de investigación que impulsan a diseñar el cuestionario. Para preparar un instrumento para recabar datos, deben examinarse los siguientes aspectos básicos. Naturaleza de la información, que se busca de la población o muestra, Medio o medios de aplicación del instrumento.

2.3.2.1 Fuentes de información

La fuente de información primaria serán todos los socios de COEMPROPAS para lo cual utilizaremos la formula estadística para el cálculo de la muestra.

2.3.2.2 Cálculo de la Muestra

En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

COEMPROPAS, cuenta con 101 socios, de la cual se aplica un sesgo de la población del total, siendo que muchos de ellos no se encuentran ubicados en las cercanías de la parroquia sede de la planta procesadora de los snacks de papa china. Por ello se aplicó la fórmula antecedita y se determinó lo siguiente:

Población total	101
Población a ser encuestada	81

2.3.3 Análisis de resultados obtenidos.

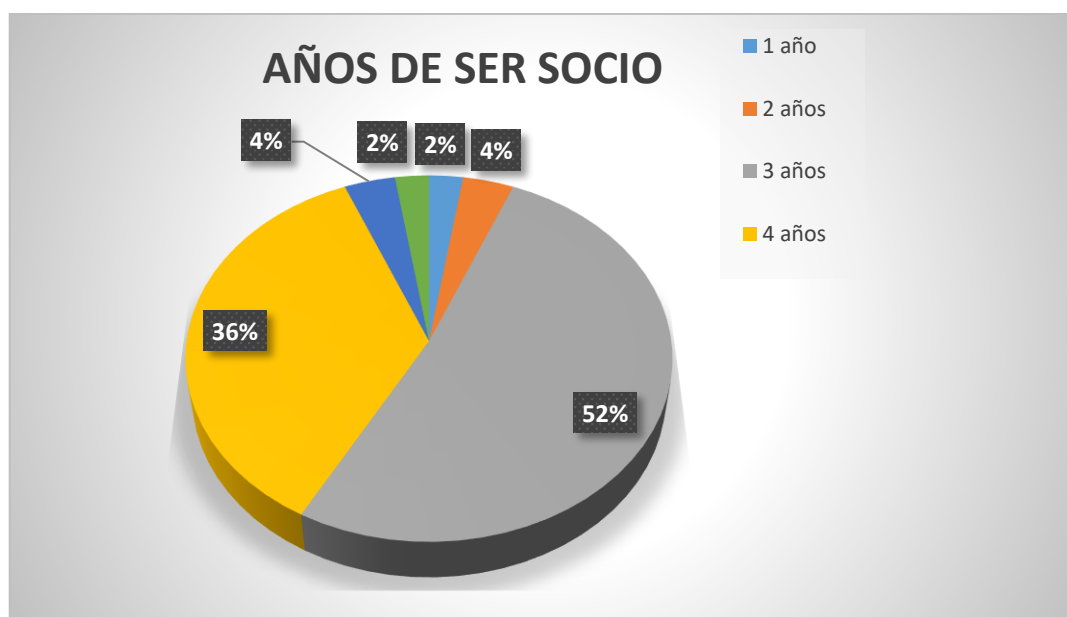
1. ¿Cuántos años es usted parte de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.?

Tabla 8. Años de ser socio COEMPROPAS

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
1 año	2	2,47%	2,47%	2,47%
2 años	3	3,70%	3,70%	6,17%
3 años	42	51,85%	51,85%	58,02%
4 años	29	35,80%	35,80%	93,83%
5 años	3	3,70%	3,70%	97,53%
6 años a mas	2	2,47%	2,47%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Ilustración 7. Años de ser socio COEMPROPAS



Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Interpretación:

La Corporación COEMPROPAS cuenta con un total de 101 socios, de los cuales se conoce a través de la muestra estadística de 81 socios que el 51.85% tiene más de tres años de ser socio y solo en un 2.47% de ser parte de la socios de más de 6 años.

2. ¿Cuántas hectáreas tiene usted designadas a la producción de papa china que son destinadas a ser materia prima del snack?

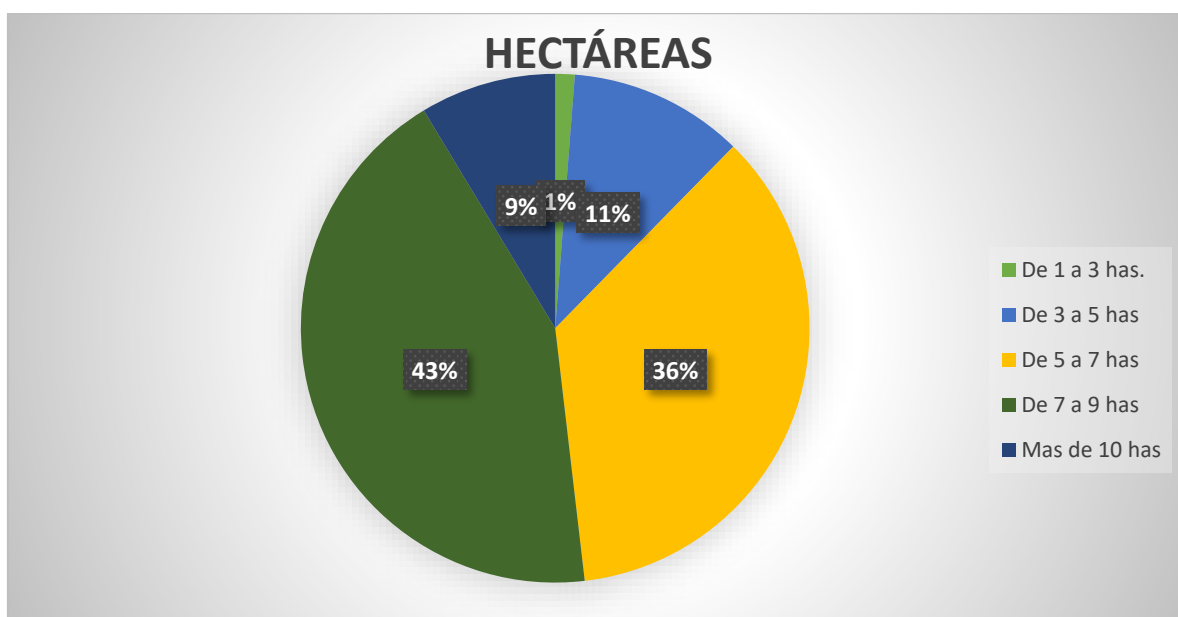
Tabla 9. Total de hectáreas por socio

HECTÁREAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
De 1 a 3 has.	1	1,23%	1,23%	1,23%
De 3 a 5 has	9	11,11%	11,11%	12,35%
De 5 a 7 has	29	35,80%	35,80%	48,15%
De 7 a 9 has	35	43,21%	43,21%	91,36%
Mas de 10 has	7	8,64%	8,64%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 8. Total de hectáreas por socio



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Del resultado expuesto, se puede visualizar que en su gran mayoría los socios de COEMPROPAS cuentan entre 7 a 9 hectáreas en un total porcentual del 43.21% de la muestra evaluada, aportando en su totalidad para a producción de la papa china.

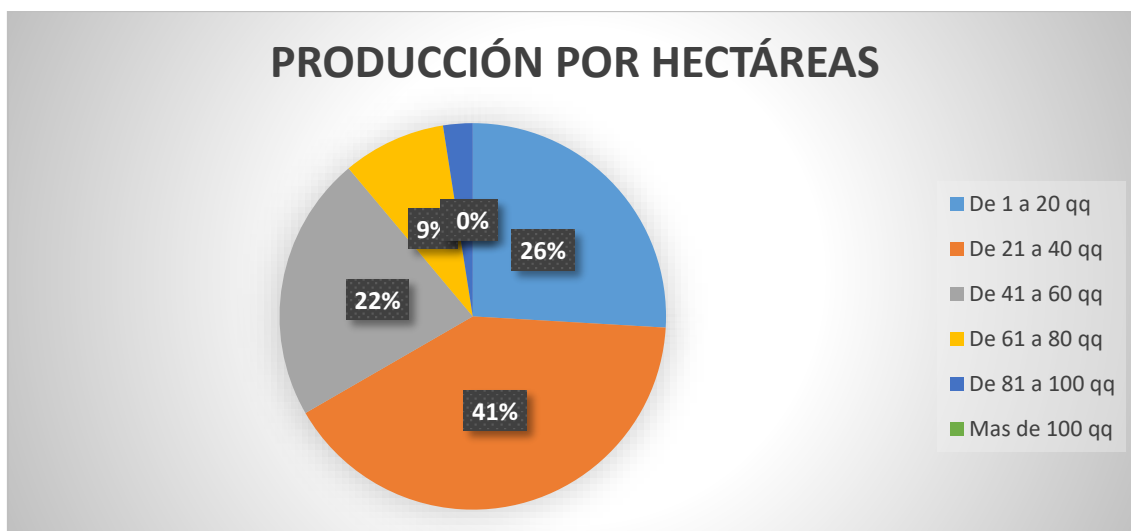
3. ¿Cuántos quintales por mes produce por hectárea, que son destinadas al snack de papa china?

Tabla 10. Producción destinada al snack

HECTÁREAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
De 1 a 20 qq	21	25,93%	25,93%	25,93%
De 21 a 40 qq	33	40,74%	40,74%	66,67%
De 41 a 60 qq	18	22,22%	22,22%	88,89%
De 61 a 80 qq	7	8,64%	8,64%	97,53%
De 81 a 100 qq	2	2,47%	2,47%	100,00%
Mas de 100 qq		0,00%	0,00%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Ilustración 9 Producción destinadas al snack



Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Como se observa en los gráficos, los productores destinan alrededor del 40,74% del total de la producción, que representa un entre 21 a 40 quintales del total de la materia prima para la producción del snack de papa china.

4. ¿Cuál es su capacidad mensual en quintales para la comercialización del snack de papa china procesado de COEMPROPAS?

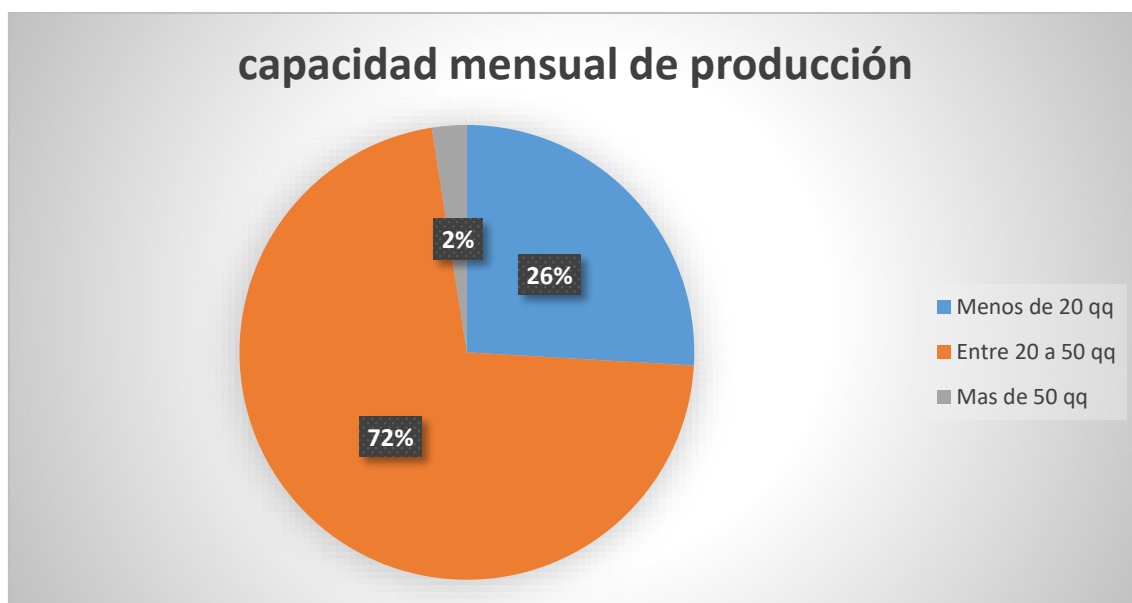
Tabla 11. Capacidad mensual de producción

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Menos de 20 qq	21	25,93%	25,93%	25,93%
Entre 20 a 50 qq	58	71,60%	71,60%	97,53%
Mas de 50 qq	2	2,47%	2,47%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 10. Capacidad mensual de producción



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

El 71,60% de los productores encuestados, manifestaron que tienen una capacidad mensual de producción entre 20 a 50 quintales que son destinados como materia prima de los snacks de papa china.

5. Actualmente cuales son los mercados identificados en los que se está comercializando el snack de papa china.?

Tabla 12. Destino de la producción del snack

HECTÁREAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Local	71	87,65%	87,65%	87,65%
Regional	3	3,70%	3,70%	91,36%
Nacional	7	8,64%	8,64%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Ilustración 11. Destino de la producción del snack



Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Una vez tabulado los resultados tenemos que en un 87.65% de la producción del snack de papa china se destina a la comercialización local a nivel de las pequeñas tiendas de la ciudad, así como en la comunidad.

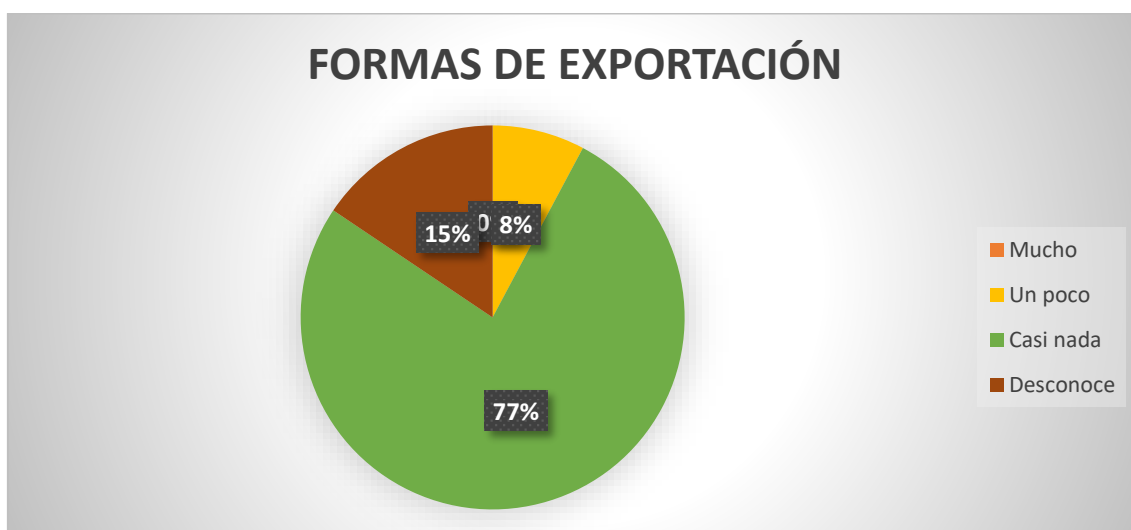
6. Conoce usted los medios o formas para iniciar la exportación del snack a otro país.?

Tabla 13. Conocimiento de las formas de exportación

HECTÁREAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Mucho		0,00%	0,00%	0,00%
Un poco	4	4,94%	4,94%	4,94%
Casi nada	65	80,25%	80,25%	85,19%
Desconoce	12	14,81%	14,81%	14,81%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Ilustración 12. Conocimiento de las formas de exportación



Fuente: Investigación de campo
Elabora por: Maestrante

Interpretación:

A través de esta pregunta, se conoció que el 80.25% tiene casi nada de conocimientos en el tema de las formas de exportar algún tipo de producto, por ello se puede evidenciar que se debe fortalecer el tema.

7. Considera usted que, conforme a la capacidad de producción por hectáreas de COEMPROPAS, se puede incursionar en la comercialización del snack de papa china a mercados internacionales.?

Tabla 14. Comercialización del snack en mercados internacionales.

HECTÁREAS	FRECUE NCIA	PORCE NTAJE	PORCENTA JE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Si podríamos	12	14,81%	14,81%	14,81%
No, porque no es igual la producción mensualmente	2	2,47%	2,47%	17,28%
Talvez, si nos dan soporte técnico en la comercialización internacional	67	82,72%	82,72%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 13. Comercialización del snack en mercados internacionales.



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Con esta pregunta se conoció que un 82.72% de los productores encuestados consideran que con un soporte técnico en los temas de comercialización internacional podrían incursionar en la exportación del snack de papa china.

8. Al recibir apoyo técnico especializado para la comercialización internacional de la marca *PAPCHIPS*, considera usted que es posible posicionar el producto en el mercado Europeo.?

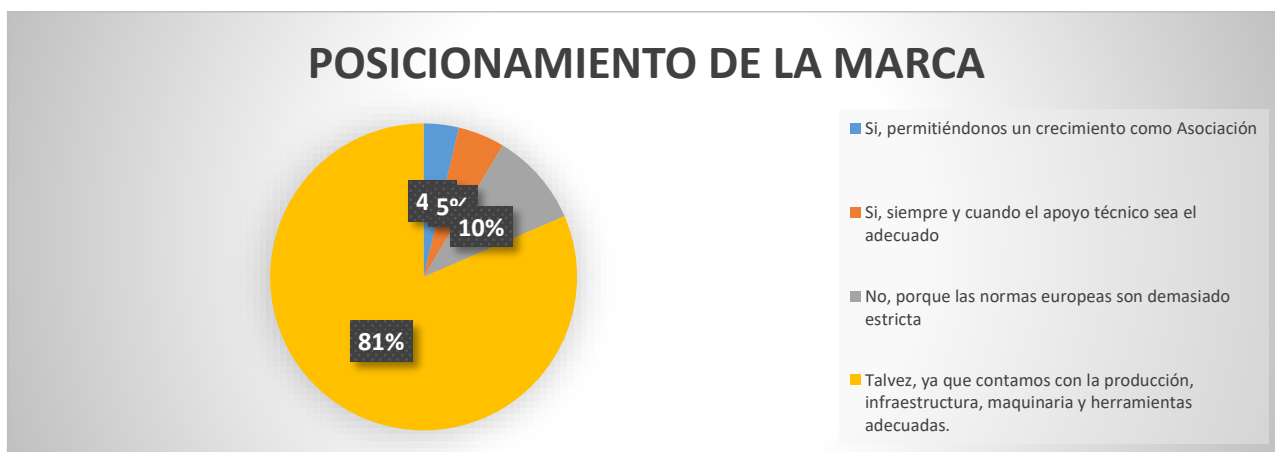
Tabla 15. Posicionamiento de la marca en mercados internacionales

CONSIDERACIONES	FRECUE NCIA	PORCE NTAJE	PORCE NTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Si, permitiéndonos un crecimiento como Asociación	3	3,70%	3,70%	3,70%
Sí, siempre y cuando el apoyo técnico sea el adecuado	4	4,94%	4,94%	8,64%
No, porque las normas europeas son demasiado estricta	8	9,88%	9,88%	18,52%
Talvez, ya que contamos con la producción, infraestructura, maquinaria y herramientas adecuadas.	66	81,48%	81,48%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 14. Posicionamiento de la marca en mercados internacionales



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Al ser una producción propia de la localidad, se analizó su perspectiva en cuanto al posicionamiento de la marca en mercados internacionales, a lo cual se obtuvo que el 81,48% consideraron que podríamos posicionarlo, ya que contamos con los recursos.

9. Conoce usted que la papa china es un producto que tiene una elevada demanda en países como Francia.?

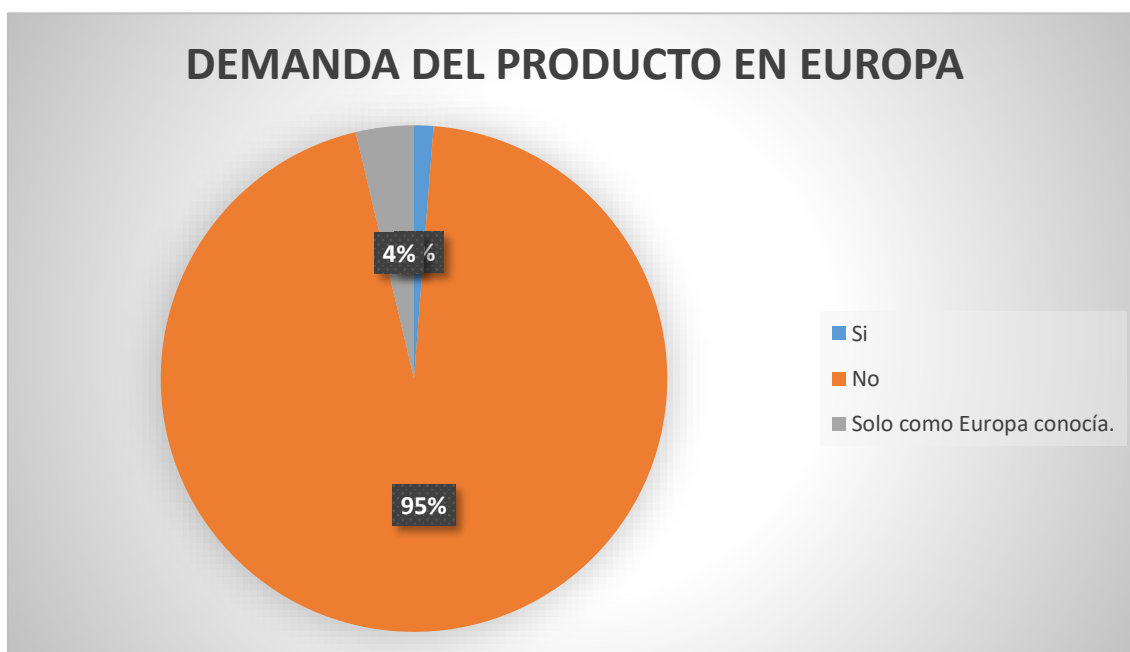
Tabla 16. Demanda del producto en mercados Europeos

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Si	1	1,23%	1,23%	1,23%
No	77	95,06%	95,06%	96,30%
Solo como Europa conocía.	3	3,70%	3,70%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 15. Demanda del producto en mercados Europeos



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Tratando de seguir el orden del análisis, tenemos que 95,06% de los encuestados tienen pleno conocimiento de la elevada demanda que tiene el tubérculo de papa china en países europeos.

10. Considera que sería factible realizar al exportación del snack a países como Francia, conforme la producción local?

Tabla 17. Factibilidad de exportar el snack a Francia

FACTIBILIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Si	78	96,30%	96,30%	96,30%
No	3	3,70%	3,70%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 16. Factibilidad de exportar el snack a Francia.



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Con este resultado podemos conocer que el 96,30% de los encuestados consideran que es factible realizar la exportación del snack ya que la producción es estable en gran escala y puede mantenerse la producción de la materia prima.

11. Con la posibilidad de exportar el producto, cuáles serían las oportunidades para los socios de la Corporación.?

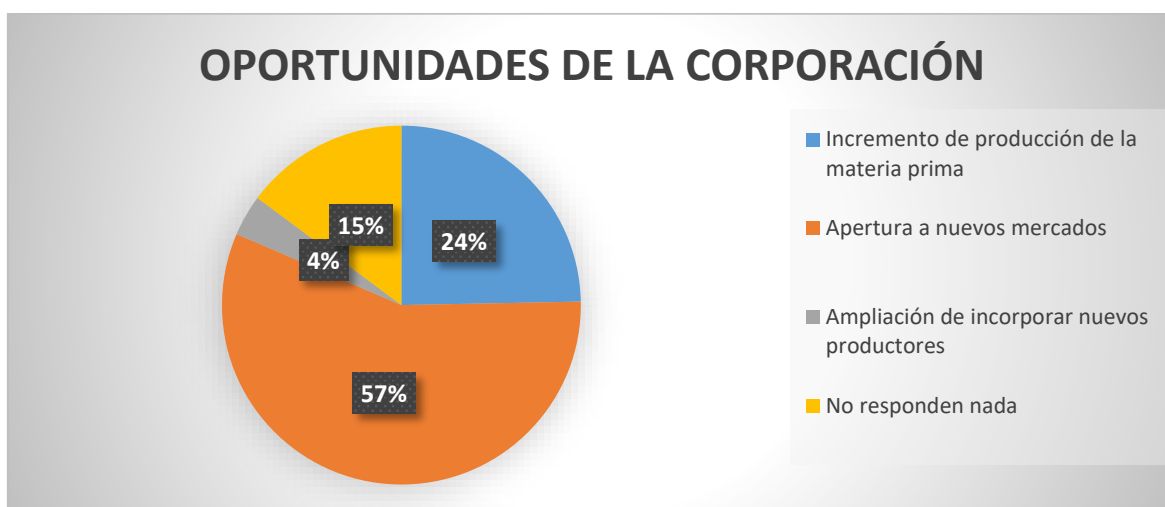
Tabla 18. Oportunidades de la corporación al exportar el snack

OPORTUNIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Incremento de producción de la materia prima	20	24,69%	24,69%	24,69%
Apertura a nuevos mercados	46	56,79%	56,79%	81,48%
Ampliación de incorporar nuevos productores	3	3,70%	3,70%	85,19%
No responden nada	12	14,81%	14,81%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 17. Oportunidades de la corporación al exportar el snack



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

La presente pregunta está establecida para conocer desde la óptica del productor las oportunidades que ellos ven en la exportación del snack, a ello obtuvimos que el 56,79% coincidieron en que esta propuesta es la apertura para nuevos mercados de este tipo de productos.

12. Como socio de la Corporación, cuales considera usted que son sus debilidades para exportar el snack de papa china.?

Tabla 19. Debilidades de la Corporación frente a la exportación

DEBILIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Costos de producción	2	2,47%	2,47%	2,47%
Fletes de traslado al puerto de embarque muy excesivos	8	9,88%	9,88%	12,35%
Certificaciones sello verde	9	11,11%	11,11%	23,46%
Organización interna	55	67,90%	67,90%	91,36%
Otras	7	8,64%	8,64%	100,00%
TOTAL	81	100,00%	100,00%	

Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Ilustración 18. Debilidades de la Corporación frente a la exportación



Fuente: Investigación de campo

Elabora por: Maestrante

Interpretación:

Finalmente, una vez que se expuso las alternativas que tiene la corporación, se realiza la pregunta referente a las debilidades que consideran se tiene para exportar el snack, tuvimos que el 67,9% de los socios coinciden que la organización interna es un factor muy grande en cuanto a la exportación del producto.

2.4 Verificación de hipótesis

De acuerdo al planteamiento de nuestra hipótesis general y específica, descrita En el capítulo I, se puede condensar lo siguiente.

2.4.1 Verificación de Hipótesis General

De acuerdo a la investigación realizada, se puede concluir, que a través de las fuentes primarias pudimos conocer la realidad que gira entorno a los productores y la COEMPROPAS y que han influido para no poder incorporar nuevos procesos logísticos de comercialización de su producto.

Al no contar con un proceso logístico implementado en COEMPROPAS no puede identificar sus falencias al momento de efectuar a comercialización de sus productos, así también debemos mencionar que a pesar de contar con la materia prima a gran escala, es necesario que ellos cuenten con procedimientos prestablecidos para un crecimiento productivo ideal, así como un posicionamiento de la marca en mercaos internacionales.

A pesar de contar con producción de la materia prima que es el tubérculo de la papa china, el procesamiento de la misma no se visualiza en su misma intensidad, existen las problemáticas de la comercialización que se ha centrado a nivel local, ocasionando que no se de apertura a nuevos mercados, como son los internacionales.

El desconocimiento de los procedimientos de exportación de un producto a nivel de toda la asociación, también han sido punto focal para que el producto procesado de los snack no haya podido ser comercializado en mercados internacionales de nuestra región como son Perú y Colombia, sin embargo su crecimiento ha sido notoria a nivel de la provincia de Pastaza.

En cuanto a la información secundaria que se obtuvo, las bases de datos del banco central referente a exportaciones no tradicionales, nos permite conocer que, éstas están creciendo año a año, así como los nuevos productos en los cuales los pequeños productores se encuentran incursionando para captar mercados internacionales.

La exportación de productos de tubérculos, a países europeos está teniendo un notable crecimiento, lo cual es altamente positivo y favorable al momento de determinar el destino de los snack de COEMPROPAS, así también las facilidades que CORPECUADOR brinda a las pequeñas asociaciones consideradas MYPYMES.

Como se pudo obtener los resultados luego de la aplicación a una muestra de los productores, es viable realizar la aplicación de un proceso logístico de comercio exterior y así fortalecer la comercialización actual de éste producto; siendo que a pesar de ser fuerte a nivel local, carece de un procedimiento técnico de internacionalización del mismo.

Los productores asociados en COEMPROPAS, que se dedican a la producción a la papa china en el territorio de la parroquia Teniente Hugo Ortiz, desconocen de los procedimientos que pueden ser beneficiarios para exportar los snacks procesados de papa china, en tal virtud un manual detallado podrá ser una viabilidad.

2.4.2 Verificación de hipótesis particular

- a) Revisado los resultados finales de la aplicación de encuestas a los productores, se pudo conocer que parte de las posibles causas de la no internacionalización del snack en gran medida ha sido el desconocimiento del proceso. Por ello se vuelve una necesidad importante el aplicar un manual detallado en el que se pueda conocer el procedimiento y tratamiento para cada una de situaciones que se puedan dar en la venta internacional del producto.

Las regulaciones aduaneras de Europa se encuentran a favor de la COEMPROPAS, siendo que con la Adhesión de Ecuador al Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE), firmado en diciembre del 2016, productos como los aplicados a la partida arancelaria *2005.20.20 Patatas (papas), en rodajas finas, fritas, incluso saladas o aromatizadas, en envases herméticamente cerrados, idóneos para su consumo inmediato, sin congelar* (Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador, 2018), se encuentran

con preferencias para el ingreso a todos los países miembros de la Unión Europea.

- b) Los productores partes de COEMPROPAS manifiestan no tener conocimiento de cómo iniciar un proceso de internacionalización de un producto, por ello es muy importante que dentro del manual de proceso logístico de comercio exterior pueda estar detallado cada uno de los pasos en los cuales se deben centrar los productores para la eficacia de la exportación del snack.

Los COEMPROPAS, para iniciar en la aplicación del proceso logístico, al ser parte de los pequeños grupos asociativos de la economía popular y solidaria IEPS, ente estatal podrán tener un apoyo continuo para dar soporte a la internacionalización del producto.

- c) El estudio de riesgo país que se efectuó a Francia da como punto de partidas las consideraciones que la Corporación debe tener al momento de efectuar sus ventas internacionales, siendo que los indicadores de riesgo país permitieron conocer que su economía se encuentran en niveles adecuados y no ocasionará un quebranto en sus relaciones comerciales futuras.

Con la firma del Acuerdo multipartes de Ecuador con la Unión Europea, las partidas arancelarias que se benefician son en gran escala de los productos del sector agrícola por ello la exportación del snack procesado de papa china tiene preferencia y los costos arancelarios se disminuyen, así como los costos finales que serán de venta al consumidor final.

Considerando la capacidad de producción, la COEMPROPAS podría realizar nuevas incursiones de venta a otros mercados, lo cual permitirá tener un crecimiento económico a todos los productores que son parte de esta asociación, así como también serán parte de actividades económicas propias de sus realidades incrementado sus capitales y rentabilidades de sus suelos productivos de la materia prima.

CAPITULO III

3 Propuesta de implementación de proceso logístico para la exportación de snack procesados de “papa china” al mercado Francés por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.

3.1 Análisis de la propuesta para implementación de un proceso logístico

Como objetivo planteado, de la implementación de un proceso logístico estructurado, ordenado y secuencial para la exportación de los snack de papa china que son producidos, cosechados, procesados, empacados y comercializados localmente por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza. Para dar soporte a la propuesta, se analizó de forma global, económica y otros indicadores a nuestro mercado objeto que es Francia, por tal razón se detallará cada una de las fases, tiempos y responsables que deberán intervenir en la aplicación del proceso logístico para la exportación, que se condensará en un manual de procedimiento, que gráficamente se detalla a continuación:

Ilustración 19. Etapas del proceso de exportación.



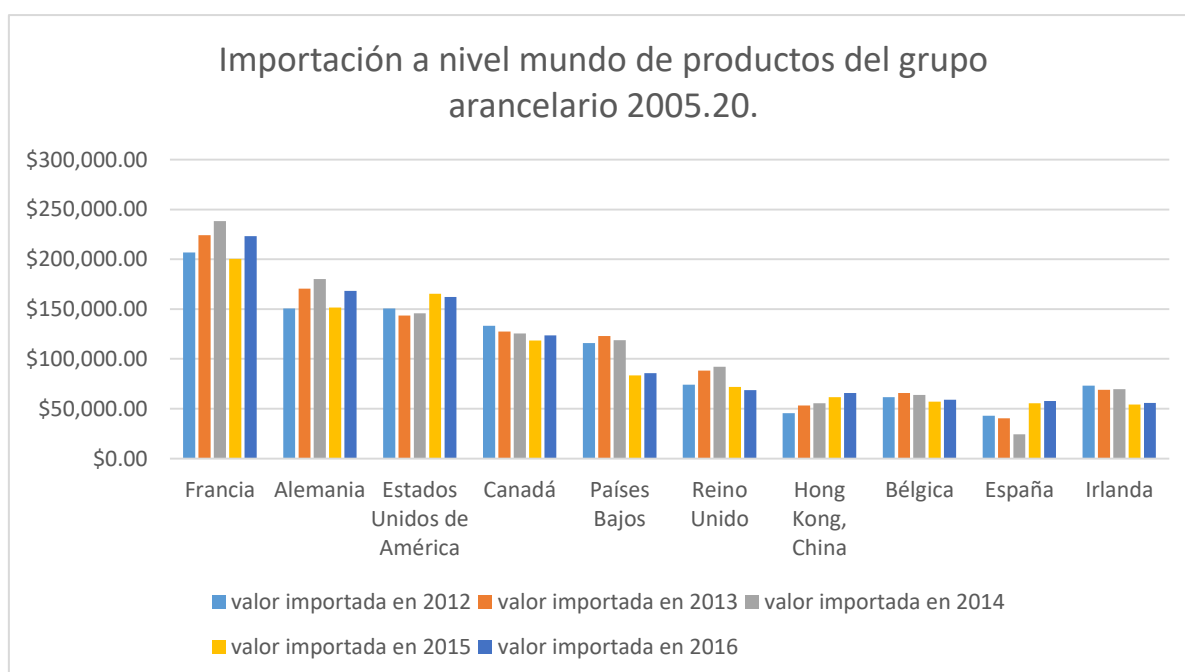
Fuente: Herbert Figueroa, pymeinternacionalizada.wordpress.com
Elaboración, Herbert Figueroa, uso didáctico

Como se presenta la ilustración, la presente propuesta, permitirá que todo lo expresado a nivel de gráfico se detalle por cada uno de los que intervienen en el proceso logístico, así también se detalla la normativa aplicada para el efecto y la funcionalidad que se debe mantener con el sistema aduanero ecuatoriano. Así también se explica el proceso logístico que se aplica en la exportación de los snacks procesados de papa china, comercializados por COEMPROPAS.

3.1.1 Análisis De La Demanda Por Mercado Destino

Revisada la información por grupo arancelario en el grupo 2005.20 encontramos a los tubérculos para lo cual pudimos condensar la siguiente información de consumo de tubérculos a nivel de mundial:

Ilustración 20. Análisis de consumo de productos del grupo arancelario 2005.20 de los diez primeros países desde el 2012 hasta el 2016, representado en miles de dólares.



Fuente: trademap.org
Elaboración: trademap.org

Considerando que Francia ha sido el país que ha importado desde el 2012 el mayor volumen en productos del grupo arancelario 2005.20, se ha considerado que el mercado destino de los chips de papa china sea el francés.

Basándonos en la información antecedita se revisa el comportamiento comercial entre Ecuador y éste país en lo que se refiere a la importación de derivados de la partida arancelaria 2005.20., obteniendo la información base que nos permitirá fortalecer las relaciones comerciales entre ambos países y lograremos incorporar nuevos productos del tipo orgánico y nutricionales para las personas.

Tabla 20. Importación de Francia de tubérculos del grupo arancelario 2005.20. durante el año 2016.

Código del producto	Descripción del producto	Francia importa desde Ecuador
		Valor en miles de USD 2016
'20052020	POTATOES IN THIN SLICES, COOKED IN FAT OR OIL, WHETHER OR NOT SALTED OR FLAVOURED, IN AIRTIGHT ...	\$22,00
'20052080	POTATOES, PREPARED OR PRESERVED OTHERWISE THAN BY VINEGAR OR ACETIC ACID, NOT FROZEN (EXCL. ...	\$0,00
'20052010	POTATOES IN THE FORM OF FLOUR, MEAL OR FLAKES (EXCL. FROZEN)	\$0,00

Fuente: trademap.org

Elaboración: trademap.org

Conocida la información, hemos podido determinar que es factible y viable iniciar un proceso logístico desde el Ecuador hacia Francia para exportar los chips procesados de papa china y así apertura una nueva fuente comercial para nuestro país.

La Corporación COEMPROPAS, cuenta con la materia prima, maquinaria de procesamiento, envasado, embalaje, registros sanitarios y capacidad productiva para iniciar el proceso comercial con Francia, por ello se establece un proceso logístico que implica la participación en las diferentes etapas pro parte de los miembros de la empresa, contemplando una entrega efectiva de los productos.

3.1.2 Ventajas de Comercializar a países Europeos

Con vigencia del **ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES** Acuerdo comercial entre la Unión Europea y sus Estados Miembros, Colombia y Perú; tenemos que las partidas arancelarias de diferentes productos hasta el año 2020 irán bajando su porcentaje de arancel, para el efecto de estudio se ha revisado la documentación y entre ella tenemos los productos ubicados en el grupo 20 referente a PREPARACIONES DE HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMAS PARTES DE PLANTAS (SENAE, 2017).

Ilustración 21. Partida arancelaria parte del Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador

Oferta Arancelaria:

Subpartida:

Nombre:

(*) Especificaciones detalladas en los archivos PDF indicados arriba.

Tipo Oferta	Subpartida	Apertura de código	Descripción	Sist. Andino FP	Arancel Base	Desgravación (*)	Comentarios
Ecuador a UE	2005200000	0	- Papas (patatas)		20	10	
UE a Ecuador	20052010	0	Patatas (papas), preparadas o conservadas en forma de harinas, sémolas o copos, sin congelar		8,8 + EA	0	
UE a Ecuador	20052020	0	Patatas (papas), en rodajas finas, fritas, incluso saladas o aromatizadas, en envases herméticamente cerrados, idóneos para su consumo inmediato, sin congelar		14,1	0	

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana del Ecuador

Productos gourmet, orgánicos y de comercio justo

Factores como: el alto nivel de envejecimiento de la población francesa, el desarrollo de patologías crónicas o graves y el incremento de la obesidad a muy temprana edad; hacen que la saludable se vuelva una tendencia destacable en países de Europa como Francia, y que se fomente también el arraigamiento y desarrollo de este tipo de productos saludables o sin gluten.

Las ventas de los productos sin gluten se incrementaron del 40% en 2014 hasta llegar a 40 millones de euros de ventas (22% para la marca blanca o marca de

supermercado) en la gran distribución. Las grandes marcas y la marca blanca se adaptan, ofreciendo cada vez más productos sin gluten. Es un mercado con fuerte potencial pues para 2016 se espera un incremento de 20 millones de euros de cifra de negocios (PROECUADOR G. C., 2017).

Productos Orgánicos

Considerando que para los últimos años se ha dado auge al tema orgánico, las frutas y verduras dentro del grupo de alimentos orgánicos, son los más comprados en este país, seguido de los productos lácteos.

Ecuador, por la riqueza de su suelo cuenta con productos que se adaptan a la tendencia de alimentación saludable / gluten free y además cuentan con valor agregado que son cultivados en un suelo sin mayor cantidad de químicos dañinos al ser humano; lo que puede resultar atractivo para los consumidores de este exigente mercado (PROECUADOR G. C., 2017)

3.2 Factibilidad de aplicación de un proceso logístico para exportación de snacks de papa china.

Como toda empresa, se requiere contar con procedimientos establecidos en documentos impresos, para que todos sus miembros puedan llevar a cabo una determinada actividad, conociendo que la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS, tiene en marcha la producción de snack del tubérculo de la *Colocasia Esculenta* (papa china) en presentaciones individuales de 50 gramos para la venta local, fue propicio realizar un estudio en el que se pueda sustentar la viabilidad de exportar el producto a un país Europeo, definición que se estructuró en base al criterio de consumo y de compra de tubérculos del grupo arancelario al que pertenecen el tubérculo de papa china.

3.2.1 Análisis riesgo país de Francia

3.2.1.1 Resumen económico de Francia

Revisando un poco los años mas recientes, tenemos que en el 2014 para Francia la crisis económica mundial provocó que dejara de ser la quinta potencia económica mundial en favor del Reino Unido. El país tuvo grandes dificultades para superar la crisis, aunque el crecimiento del PIB se ha recuperado (1,3%) en 2015, impulsado por el consumo público y doméstico. Se prevé un ligero crecimiento en 2017 gracias a la caída del desempleo, el aumento de los salarios y un mayor acceso a los créditos al consumo. Sin embargo, se espera que el "Brexit" tenga un impacto negativo en la demanda externa (FMI I. m., 2017).

Para el año 2016 se cumplió la mejoría prevista por el gobierno Francés en el año 2015. 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. Las inversiones en industria han aumentado y las empresas han ganado en competitividad. Sin embargo, la deuda pública sigue subiendo y alcanza el 97% del PIB. A pesar del estado de emergencia y de las leyes antiterroristas, Francia volvió a sufrir un ataque mortal el 14 de julio de 2016 en Niza, lo que creo un clima de temor e inseguridad muy perjudicial para el turismo. Las protestas contra la reciente reforma laboral contribuyen al malestar social, al igual que las controversias en torno al burkini y el desmantelamiento de la "jungla de Calais". Tras una campaña presidencial marcada por las acusaciones de malversación de fondos públicos contra el candidato de derecha François Fillon y el ascenso de la extrema derecha (con el paso de Marine Le Pen al segundo turno de las elecciones), Emmanuel Macron, candidato de la République en Marche, fue elegido presidente con 66,1% de los votos en el mayo de 2017 (FMI I. m., 2017).

Los presupuestos para 2017 prevén una ambiciosa tasa de crecimiento (1.5% del PIB) y numerosas reformas tributarias (incluyendo la retención del impuesto sobre la renta, recortes fiscales para la clase media y medidas para favorecer las empresas). Siguen siendo prioritarias la educación y la investigación. Se necesitan reformas estructurales para hacer frente a los numerosos desafíos del país: reducir el déficit presupuestario, controlar el gasto público, fomentar el empleo, mejorar la

competitividad, promover el desarrollo industrial y asegurar la justicia intergeneracional.

La crisis financiera ha generado índices de desempleo e incertidumbre económica sin precedentes. En 2016 el desempleo se redujo ligeramente por debajo del umbral del 10%, pero el poder adquisitivo continúa bajo los niveles de 2010 (FMI W. E., 2018).

Tabla 21. Indicadores de crecimiento 2014 – 2018 Francia

Indicadores de crecimiento	AÑOS ANALIZADOS				
	2014	2015	2016	2017 (e)	2018 (e)
PIB (miles de millones de USD)	2.843,67	2.420,16	2.463,22	2.420,44	2.483,20
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	0,6	1,3	1,2	1,4	1,7
PIB per cápita (USD)	44.413	37.613	38.128	37.295	38.087
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,4	-2	-1,9e	-2,1	-2
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	95,2	96,2	96,6e	97,4	97,4
Tasa de inflación (%)	0,6	0,1	0,3	1,4	1,2
Tasa de paro (% de la población activa)	10,3	10,4	10	9,6	9,3
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-30,29	-4,83	-26,85	-22,86	-11,25
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-1,1	-0,2	-1,1	-0,9	-0,5

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2017

Elaboración: IMF – World Economic Outlook Database, 2017

Para continuar con nuestra propuesta de implementar un proceso logístico para exportar los chips de papa china, se ha revisado la documentación pertinente de COEMPROPAS, para cumplir con las reglamentaciones en Ecuador, como son personería jurídica, permisos de funcionamiento, registros sanitarios, maquinaria, estatutos internos de la Corporación; así también es necesario que se tenga

información referente al riesgo del país al cuál se pretende comercializar, por ello se presenta la información de riesgo país de Francia.

Tabla 22. Ranking riesgo país, diez países principales en alta calidad

RANKING RIESGO PAÍS			
PAISES	RatingsMoody's [+]	RatingsS&P [+]	RatingsFitch [+]
España [+]	Baa2	BBB+	BBB+
Alemania [+]	Aaa	AAA	AAA
Reino Unido [+]	Aa2	AA	AA
Francia [+]	Aa2	AA	AA
Italia [+]	Baa2	BBB-	BBB
Portugal [+]	Ba1	BBB-	BB+
Estados Unidos [+]	Aaa	AA+	AAA
Japón [+]	A1	A+	A
China [+]	A1	A+	A+
Andorra [+]		BBB	BBB

Fuente: <https://www.datosmacro.com/ratings/fitch>

Elaboración: <https://www.datosmacro.com/ratings/fitch>

Dentro del estudio del riesgo país, podemos conocer una muestra del panorama político, económico, seguridad pública entre otros factores; encontramos que Francia tiene una alta calificación que le acredita como un país apto para el endeudamiento, es decir sus cuentas Estatales no se han estancado en sobre endeudamiento.

3.2.2 Característica del producto a comercializar

La Corporación se ha caracterizado por llevar a cabo micro emprendimiento a base de productos amazónicos, para lo cual en la actualidad manejan para los snack de tres variedad, papas fritas (de papa china), yuca fritas y bananas fritas.

Manejando una imagen publicitaria sólida por cada una de ellas, tenemos que sus tres presentaciones se reflejan con detalle de sus productos, peso en gramos,

información nutricional, información de registros sanitarios y demás, así como su precio.

Ilustración 22. Presentación de los productos de COEMPROPAS.



Fuente: COEMPROPAS

La fábrica en la cual se realiza el proceso tuvo apoyo de cooperación de Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), el Consejo Provincial de Pastaza y los productores miembros de la Corporación, en la planta se ha incorporado equipamiento que bordean los USD. 85.000,00 que han sido utilizadas en la producción de los snack de papa china.

Ilustración 23. Equipamiento De COEMPROPAS para el procesamiento del snack



Fuente. COEMPROPAS

3.1.1.1 Tendencias del consumidor Francés

El consumidor francés se caracteriza por ser exigente en cuanto a la calidad de los alimentos que consume y se preocupa por conocer el origen de los alimentos y los procesos a los que están sometidos, con una preferencia por los alimentos nacionales, de igual manera asocia el acto de comprar al placer y compra frecuentemente. Sin embargo, siempre busca tener el mejor valor agregado.

Factores como: el envejecimiento de la población francesa, el desarrollo de patologías crónicas o graves y el incremento de la obesidad; hacen que la alimentación saludable se vuelva una tendencia destacable en Francia, y que se fomente también el arraigamiento y desarrollo de este tipo de productos saludables o sin gluten.

En relación al sector alimenticio, las porciones más pequeñas y los empaques ecológicos o con menos plástico se vuelven cada vez más frecuentes entre los criterios de decisión de los consumidores al momento de elegir un producto, por lo que se sugiere al exportador ecuatoriano tomar en cuenta este tipo de tendencias para adaptar sus productos a los requerimientos del consumidor europeo (PROECUADOR G. C., 2017).

La gestión de la cadena de suministro exige el seguimiento, la trazabilidad y la transparencia, de toda su cadena desde el proveedor hasta el mayorista, minorista o consumidor final. Las empresas que exportan a Francia no solo deben cumplir con los requisitos de la Unión Europea sino también con las exigencias adicionales que tienen las empresas francesas. Por ejemplo, algunas empresas francesas exigen la certificación Global GAP que incluye requisitos tales como el mantenimiento de registros y de trazabilidad. Si no se cumple con estos requisitos se puede llegar a la supresión del producto. Las empresas tienen que garantizar una calidad constante y un buen manejo de los productos a lo largo de la cadena. Las empresas francesas se acogen a estos requerimientos no solo por ética empresarial sino también por temor a que su imagen se vea desvalorada por grupos de presión (ej.: asociaciones de consumidores) y gobiernos.

Algunas de estas certificaciones son:

Ilustración 24. Certificaciones conocidas en Francia para consumo de productos.



Fuente. Proecuador

La marca NF es una marca colectiva de certificación francesa que garantiza la calidad y la seguridad de los productos y servicios certificados. La marca NF garantiza la conformidad con las normas vigentes en Francia e incrementa los criterios de calidad que exige el consumidor francés.

Esta certificación o marca no es necesariamente un requisito de los compradores, pero tiene la ventaja de ser conocida por el 85% de los franceses (resultado de un estudio de 2009).

Estas certificaciones en Francia son otorgadas por AFNOR, que es un organismo certificador independiente.

3.2.3 Regulaciones Aduaneras establecidas por parte de Francia

Para la presente implementación de proceso logístico de exportación del snack de papas chinas de COEMPROPAS, se revisó documentación oficial de PROECUADOR, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, SENA, la cual condensa normativas claras para proceder a exportar a Francia.

3.2.3.1 Documentación exigida

En materia de importaciones Francia se adapta a las directrices de la Unión Europea UE, en virtud del concepto fundamental, dentro del Espacio Económico Común, la legislación vigente establece los principios generales del comercio, y apunta en qué dirección jurídica se debe seguir para los casos específicos. (PROECUADOR G. C., 2017)

A efectos aduaneros, los 28 Estados miembros de la UE constituyen un único territorio. Esto significa que la UE es una Unión Aduanera no existen barreras arancelarias entre los Estados miembros, quienes aplican un Arancel Aduanero Común a los productos importados. Es más, una vez pagados los derechos de aduana y verificado el cumplimiento de los requisitos de importación, los productos importados pueden circular libremente por el resto de la UE sin necesidad de ulteriores controles aduaneros (PROECUADOR G. C., 2017).

Las normas aduaneras de la UE se recogen en el Código Aduanero Comunitario, adoptado en virtud del Reglamento (CEE) nº 2913/92 del Consejo (DO L- 302 19/10/1992) y el Reglamento (CEE) nº 2454/93 de la Comisión (DO L-253 de 11/10/1993), que establece sus disposiciones de aplicación. Ambas normativas contemplan todas las cuestiones aduaneras relacionadas con el comercio con países terceros y garantizan prácticas aduaneras uniformes y transparentes en todos los países de la UE (PROECUADOR G. C., 2017).

Sistema Armonizado, Nomenclatura Combinada y Código TARIC

El Sistema Armonizado ("SA" o Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías) es una nomenclatura creada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y compuesta por unos 5000 grupos de mercancías organizados por secciones, capítulos (de dos dígitos), partidas (de cuatro dígitos) y subpartidas (de seis dígitos). La clasificación de productos se basa en una estructura jerárquica. Para facilitar una interpretación uniforme, el SA va acompañado de Reglas de Interpretación y Notas Explicativas.

La UE y sus Estados miembros aplican el SA en sus clasificaciones arancelarias.

En el SA se basan los aranceles y estadísticas de comercio internacional de más de

200 países. (TARIC, 2017)

La Nomenclatura Combinada (NC) es el sistema de codificación que utiliza la UE para clasificar productos con el fin de aplicar el Arancel Aduanero Común y obtener las estadísticas comerciales internacionales e intracomunitarias. Es un sistema basado en códigos de ocho dígitos, correspondientes a los de la nomenclatura del SA con posibles subdivisiones propias de la UE (TARIC, 2017)

Régimen comercial aplicable a la importación

La UE, como miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC), basa su régimen común de importación en el principio de "libertad comercial". Esto significa que la UE preconiza políticas comerciales liberales, que faciliten la circulación de mercancías y servicios a través de sus fronteras, aplicando los principios de consolidación arancelaria y no discriminación entre socios comerciales.

Los instrumentos creados por la UE son los siguientes:

1. **Medidas de vigilancia**, que no son instrumentos de restricción de las importaciones, sino un sistema de licencias de importación obligatorias que las autoridades de los Estados miembros expiden con fines de control. Se aplican principalmente a determinados productos agrícolas, textiles y siderúrgicos.
2. **Límites cuantitativos** a las importaciones de una serie de productos procedentes de determinados terceros países a fin de proteger a los productores europeos frente al peligro que suponen las importaciones masivas a precios muy bajos.
3. **Medidas de salvaguardia**, aplicadas individualmente a las importaciones que perjudiquen o amenacen perjudicar a la industria de la UE. Consisten en la restricción temporal y urgente de determinadas importaciones. El procedimiento para imponerlas puede incoarse a instancias de un Estado miembro o por iniciativa propia de la Comisión Europea, la industria no puede solicitarlas directamente. En cualquier caso, las medidas deben siempre respetar el Acuerdo sobre Salvaguardias de la OMC.

Impuesto sobre Sociedades

En el impuesto sobre sociedades, el tipo general aplicable en 2013, es del 33.3%. Tipo aumentado: este tipo impositivo es igual 33.3% de la base imponible cuando la facturación anual de la empresa es mayor o igual a 7,630,000 euros. Hay un tipo reducido del 15%, sobre los primeros 38,120 euros de la base imponible a las empresas que facturen menos de 7,630,000 euros al año, siempre que, al menos un 75% del capital pertenezca a individuos; la diferencia de capital a partir de los 38,120 euros es grabada con el 75% de impuesto. En el curso del ejercicio deben efectuarse cuatro pagos a cuenta por el resultado imponible del ejercicio anterior. Hay numerosas bonificaciones y exoneraciones.

La contribución social generalizada (CSG), que se recauda por la seguridad social sobre todo tipo de rentas al tipo del 7.5% es en gran parte deducible en la cuota del IR. Existe un impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales (droits de succession et de donation) que dependiendo del valor transferido varía entre el 5% y el 45%.

En el Impuesto de solidaridad sobre la fortuna (Impôt de Solidarité sur la Fortune), son sujetos pasivos los propietarios de un patrimonio superior a 1,300,000 Euros al 1 de enero del ejercicio del año fiscal en curso.

Tipo impositivo/ Patrimonio

- 0.25 %/ de 1,300,000 euros a 3,000,000 euros
- 0.50 %/ de 3,000,000 euros en adelante

En el Impuesto sobre las Oficinas y locales comerciales son sujetos pasivos los propietarios, usufructuarios o fiduciarios de oficinas y locales comerciales y de almacenes, así como los contratistas del sector de la construcción y de ocupación temporal del dominio público situados en la región "Ile de France".

Para calcular el impuesto aplicable en 2013 a las oficinas se definen circunscripciones en función de la ubicación del establecimiento en la región de Ile de France y se aplican distintas tarifas por m2 que pueden oscilar entre 17.48 Euros/ m2 y 4.96 Euros/ m2 y la tarifa reducida que va entre 8.66 Euros/ m2 y 4.49 Euros/ m2. Existe además una tarifa reducida cuando los terrenos pertenecen a la administración pública y/o colectividades municipales. Se aplica una tarifa única a los locales de comerciales y de almacenamiento de: 3.97 Euros/ m2 y 1 Euro/ m2,

respectivamente. Existen igualmente exoneraciones de éste impuesto a oficinas con dimensiones menores a 100 m², locales comerciales de menos de 2500 m² y locales de almacenamiento de menos de 5000 m² por mencionar las más importantes

Otros Impuestos (DOUANE, 2017)

Impuestos directos

Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IR): tiene un tipo marginal máximo del 45% para los tramos de renta superiores a 150,000 euros en 2013. A diferencia de otras legislaciones fiscales europeas no hay retenciones en origen lo que encarece notablemente el coste de la recaudación.

Impuestos indirectos

TVA (Impuesto sobre el valor agregado) del 20% y tres tipos reducidos de 10% para los productos de origen agrícola, pesca, piscicultura y avicultura; 5.5% para ciertos productos alimenticios, agua, libros etc.; y 2.1% para medicamentos.

Impuestos sobre combustibles (TIPP)

Impuesto sobre tabaco y alcohol

Impuesto sobre bienes inmuebles (TH)

El sistema impositivo francés está altamente centralizado. La sola existencia de las personas naturales, y las actividades comerciales que ellas realizan dan lugar a obligaciones fiscales. La institución encargada de recaudación de tributos es el Ministerio de Economía. En el caso de las empresas, están sujetas tanto a impuestos sobre beneficios industriales y comerciales, como a la distribución de esos beneficios.

En el caso de la actividad comercial se destaca el Impuesto al valor agregado y, detrás de él, existen impuestos directos o indirectos en función de actividades puntuales. Existen también impuestos directos locales relacionados básicamente con el uso o la propiedad del espacio inmobiliario.

A través de la Administration des Douanes et Impôts Indirects qui s'écrit, Francia establece los diferentes procedimientos que se deben realizar para el procedimiento importar un producto en las tierras francesas. Es así que tenemos que para el ingreso de mercancías con un valor inferior a 1.000 EUR (o un peso

inferior a 1.000 kg), el importador podrá realizar una declaración verbal en aduana presentado la factura (DOUANE, 2017).

Para valores superiores es necesario presentar en aduanas los siguientes documentos:

- 1) declaración sumaria (manifiesto aéreo o marítimo) para recoger la mercancía
- 2) declaración de derecho común (DUA, documento único administrativo), así como los documentos que acompañan la mercancía para autorizar su entrada.

El DUA puede obtenerse en las Cámaras de Comercio o mediante un impresor certificado.

Una plataforma de autorización en línea por transmisión automática (DELTA) es accesible en internet desde el portal de PRODOUANE (en francés).

En el caso de las entregas y adquisiciones intracomunitarias, la declaración de intercambio de bienes (DEB) o declaración Intrastat debe ser facilitada al servicio de aduanas.

En el marco de las normas "SAFE" preconizadas por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la UE implementó un nuevo sistema de control de importaciones, el "Import Control System" (ICS), para volver más seguros los flujos de mercancías al momento de su ingreso en el territorio aduanero de la UE. Este sistema de control, que se inscribe en el programa comunitario eCUSTOMS, entró en vigor el 1 de enero de 2011. Desde esta fecha, los operadores deben obligatoriamente transmitir una declaración sumaria de ingreso (ENS, Entry Summary Declaration) a la oficina de aduana del país de llegada, anteriormente al ingreso de mercancías en el territorio aduanero de la Unión Europea.

El Código aduanero modernizado que entró en vigor en 2008 simplifica los procedimientos, por ejemplo informatizando y centralizando las transacciones.

Desde el 1ero de julio de 2009, todas las empresas establecidas fuera de la UE deben contar con un número de registro e identificación de los operadores económicos (EORI) si desean presentar una declaración de aduanas o una declaración sumaria de ingreso o salida.

Procedimientos específicos de importación.

Al igual que en Ecuador, existen diferentes regímenes suspensivos, tanto aduaneros como fiscales, para almacenar, utilizar o transformar las mercancías para obtener más información, consulte los apartados correspondientes en la web de aduanas francesas. También se puede recurrir al tránsito aduanero cubierto por un certificado de tránsito externo (T1).

Para informarse los cambios efectuados en trámites aduaneros en 2007, consulte los apartados dedicados a este tema en la web de aduanas.

En el marco de los intercambios intra europeos, algunas mercancías se mantienen prohibidas o sujetas a trámites particulares (medicamentos para uso humano, residuos, vegetales o animales vivos).

Importar muestras

.Para efectuar la importación, exportación y reexportación de muestras comerciales se puede utilizar el carné ATA. Debe aparecer una inscripción en el producto que indique que se trata de una muestra gratuita y no puede ser vendida.

Aranceles e impuestos a la importación

- El Umbral de Aduanas (de la que se requieren los aranceles) es de 150 euros.
- Aranceles promedio (sin contar productos agrícolas)
 - Las operaciones realizadas dentro del European unión Externa Acction EEAS están exentas del pago de aranceles.
 - El Arancel Aduanero Común (AAC) de la Unión Europea se aplica a las mercancías de origen extra europeo. De manera general, los aranceles son relativamente bajos, sobre todo para los productos industriales (4,2% de media).
- Productos sujetos a aranceles más elevados
 - Los aranceles son más altos sobre los productos textiles y agroalimentarios (17,3% de media).
- Productos sujetos a aranceles menos elevados

- Concedidas a las importaciones procedentes de países con los que la Unión Europea ha firmado acuerdos comerciales. Para determinar la tasa que se aplica a su producto, consulte la base de datos TARIC de la Unión Europea.
- Clasificación aduanal
 - La Nomenclatura Combinada de la Comunidad Europea (CE) integra la nomenclatura armonizada y subdivisiones complementarias que constan de un número de ocho cifras y notas legales creadas con fines comunitarios.
- Método de cálculo de aranceles
 - Ad Valorem sobre el valor CIF de las importaciones
- Método de pago de aranceles
 - Los aranceles se pagan de contado (en euros, mediante cheque, giro postal o transferencia). Se puede solicitar un aplazamiento del pago mediante fianza arancelaria o con créditos arancelarios.
- Impuestos a la importación (excluyendo los impuestos al consumo)
 - Ninguno

3.1.1.2 Licencias de importación y autorizaciones previas

Según la OMC, en las Comunidades Europeas se requieren licencias de importación en el caso de productos sujetos a restricciones cuantitativas, medidas de salvaguardia o vigilancia y supervisión de las importaciones. La cobertura de productos está determinada en la legislación comunitaria. El sistema no puede suprimirse sin la autorización del poder legislativo; los reglamentos contienen generalmente disposiciones relativas a la duración y expiración del régimen de licencias (PROECUADOR G. C., 2017).

Las licencias de importación no están sujetas al pago de derechos y son intransferibles; constituyen una autorización y son válidas durante un período determinado. No se impone ninguna sanción por la no utilización total o parcial de una licencia de importación. Ahora bien, cuando se exige una fianza para la concesión de una licencia que abarque productos agropecuarios, la fianza se pierde total o parcialmente si la importación no se realiza o si sólo se realiza parcialmente (PROECUADOR G. C., 2017).

Las licencias de importación de productos textiles sujetos a contingentes de importación no están limitadas a los productores nacionales de bienes similares. Se expiden anualmente según el orden cronológico de presentación de las solicitudes, previa presentación de una licencia de exportación expedida por el país exportador; las solicitudes de licencia deben presentarse en fechas específicas. Las licencias se expiden dentro de un plazo máximo de 5 días hábiles contados a partir de la fecha de presentación (por el importador) del ejemplar original de la correspondiente licencia de exportación, y son válidas por un período de 6 meses (PROECUADOR G. C., 2017).

Se aplica un sistema de vigilancia de las importaciones a determinados textiles, productos de acero y productos agropecuarios, con inclusión de cereales, arroz, azúcar, aceite de oliva y aceitunas de mesa, productos lácteos, carne de vacuno, frutas y hortalizas frescas, productos elaborados a base de frutas y hortalizas, bananas y alcohol etílico de origen agrícola. Estos productos están sujetos a licencias automáticas con fines estadísticos y para controlar mejor el origen de los productos. No existe una relación directa entre la concesión de la licencia automática solicitada y las prescripciones y reglamentaciones sanitarias y fitosanitarias aplicadas por la UE.

La UE mantiene contingentes arancelarios en ciertas líneas arancelarias, en su mayoría de productos agropecuarios. Los contingentes arancelarios de productos agropecuarios se administran con arreglo a dos métodos: según el orden cronológico de presentación de las solicitudes (en la frontera); y mediante la concesión de licencias de importación. Las licencias pueden expedirse a prorrata o sobre la base de las importaciones anteriores. En el caso de los productos agropecuarios la validez de las licencias de importación depende del producto de que se trate; los períodos generales de validez se establecen en los reglamentos pertinentes. Los períodos de validez de las licencias asignadas en el contexto de los contingentes arancelarios también varían. La validez de la licencia sólo puede prorrogarse en caso de fuerza mayor. Pueden conceder licencias de importación de productos agropecuarios varios órganos administrativos.

3.3 Implementación del proceso logístico de comercio exterior

Para iniciar la implementación de un proceso logístico de exportación para una empresa nueva en el mercado internacional de venta de productos del tipo orgánico, se establece parámetros mínimos a cumplirse para un adecuado funcionamiento, es por ello que se ha considerado diferentes modelos existentes de manuales con productos de origen agrícola para establecer el manual que podrá ser implementado en COEMPROPAS.

La consideración más importante, gira en torno al manejo de conceptos, por ello a continuación se presenta gráficamente los organismos que intervienen en el proceso logístico de comercio exterior en el Ecuador.

Ilustración 25. Organismos que intervienen en la exportación

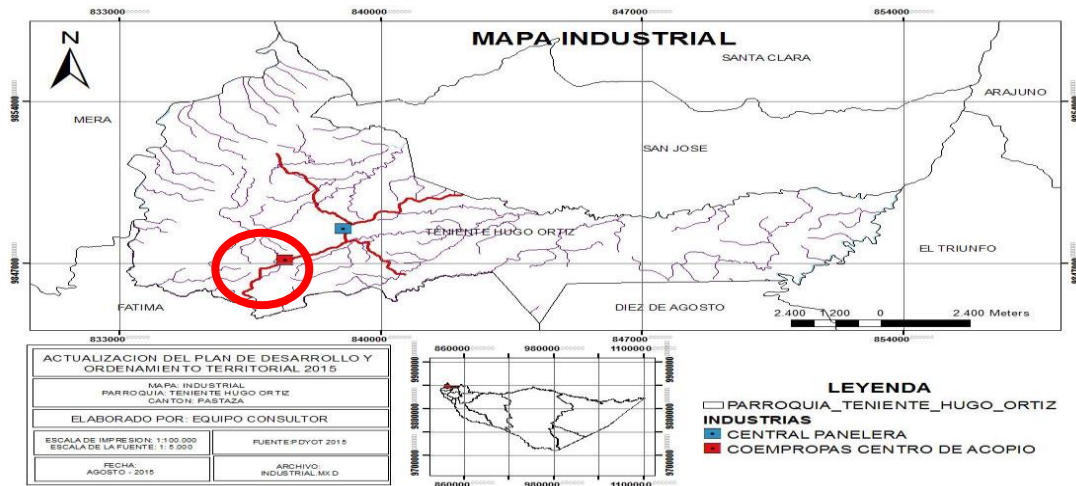


Fuente. PROECUADOR, Guía del exportador

3.3.1 Ubicación de la empresa exportadora y presentación del producto

COEMPROPAS, se encuentra instalado con su fábrica en la parroquia Teniente Hugo ORTIZ, el acoge a más de cien productores agremiados a ésta organización que buscan que su producto sea comercializados a precio justo en las diferentes presentaciones que actualmente comercializan, como son: producto en tonelada sin proceso, snack de papa china y harina de papa china.

Ilustración 26. Ubicación de la fábrica



Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Rural “Teniente Hugo Ortiz”

El centro de acopio está a cargo de un administrador y se contrata gente sólo cuando se tiene que entregar pedidos, así también su espacio está dividido en espacios adecuados para la producción de los snacks.

Ilustración 27.- Ubicación de maquinaria y parte de materia prima en la fábrica



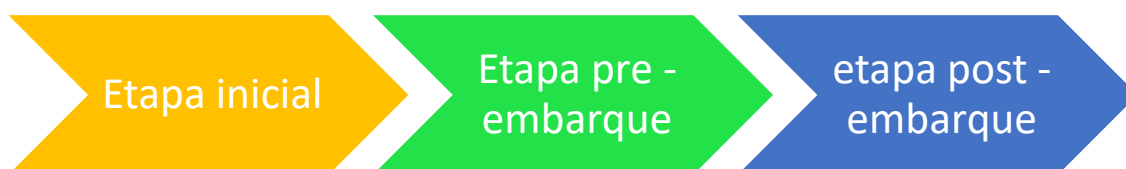
Fuente: Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Parroquia Rural “Teniente Hugo Ortiz”

3.3.2 Procedimiento Aduanero Ecuatoriano

Para iniciar un trámite de despacho de exportación la persona natural o jurídica deberá registrarse y solicitar el token de firma electrónica para la emisión de las declaraciones electrónicamente.

La consideraciones que se deben definir son las etapas en las cuales se va a intervenir para el proceso logístico de Comercio Exterior, para lo cual tenemos a detalle las etapas.

Ilustración 28. Etapas logísticas del comercio exterior en Ecuador



Fuente. PROECUADOR

3.1.1.3 Etapa inicial del proceso logístico de exportación desde Ecuador.

Con base a la información que registra la página oficial de Aduanas del Ecuador SENA E, tenemos las siguientes fases para iniciar el proceso logístico de exportación desde el Ecuador, procedimiento que se registran en dos fases (SENAE P. E., 2017).

FASE 1

Siguiendo el siguiente esquema, el aspirante a exportador podrá realizar el trámite de registro para obtención de token.

Requisitos para ser exportador:

- 1.- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- 2.- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

- Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

- Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>

En este punto detallaremos el procedimiento inicial que se debe realizar para poder exportar la carga, por el tipo de producto, es recomendable el envío vía aérea en las primeras entregas debido a que el volumen de venta no va a ser tan representativo para el gasto y el tiempo que se demoraría en entregarlo vía marítima.

Para mayor información de cómo obtener la firma digital o TOKEN, deberá ingresar al siguiente sitio: <http://bit.ly/12XP9LZ>

3.-Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:

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

FASE 2

Una vez se obtiene el token de firma electrónica, la persona responsable, debe registrarse como un Operador de Comercio Exterior OCEs, siguiendo los siguientes pasos.

Ilustración 29. Registro de exportador en la SENA E

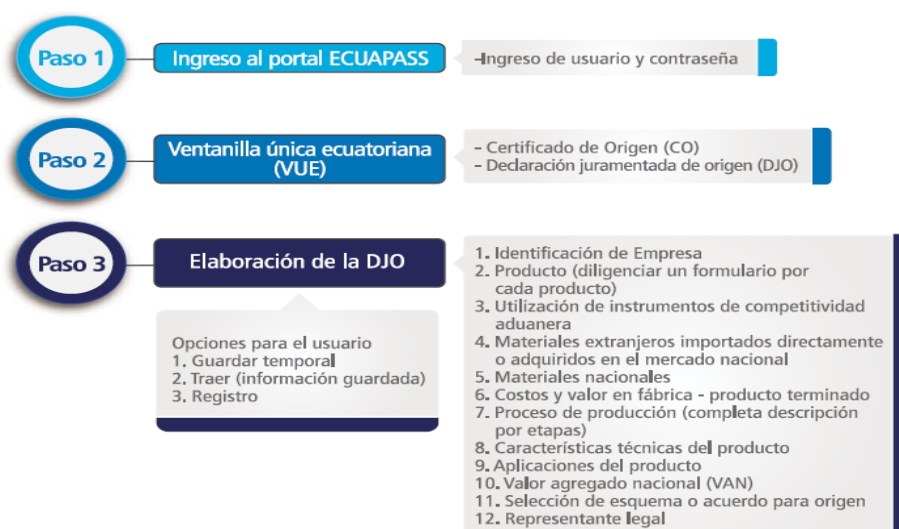
Registro de exportador en el Ecuapass



Fuente. PROECUADOR, Manual del exportador

Luego se efectuara la Declaración Juramentada de Origen, que es solicitada previa a la obtención del Certificado de Origen, se requiere que el producto objeto de exportación sea elaborado con materiales propios del país para considerarlo como originario de Ecuador. Además de ser obligatorio, es el documento en el cual se especifica que la mercancía a exportarse cumple con la normativa de origen establecida en los Acuerdos Comerciales suscritos por Ecuador y en aquellos que unilateralmente conceden preferencias arancelarias a nuestro país.

Ilustración 30. Solicitud de Declaración Juramentada de Origen



Fuente. PROECUADOR

3.1.1.4 ETAPA PRE – EMBARQUE

Dando un ampliado detalle del proceso por etapa también describiremos lo previo al embarque de las mercaderías. (Todocomercioexterior, 2017)

Fase 1

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

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Autorizaciones previas, cuando el caso lo amerite

FASE 2

Otro factor que se debe considerar previo al embarque de los productos el término de negociación para lo cual se usarán los INCOTERMS 2010, conforme se haya pactado la negociación, según la siguiente estructura.

Ilustración 31. INCOTERMS 2010

El diagrama muestra la responsabilidad de las partes en 11 etapas del proceso de transporte y entrega. Las etapas son:

- Modalidad de transporte
- Mercancía acondicionada para su venta
- La carga en el almacén del vendedor
- Transporte interior en origen
- Formalidades aduaneras de exportación
- Gastos manipulación en origen
- Transporte principal
- El seguro de la mercancía
- Gastos manipulación de destino
- Formalidades aduaneras de importación
- Transporte interior en destino
- Entrega de la mercancía al comprador

Las partes involucradas son:

- Vendedor (representado por un círculo amarillo)
- Comprador (representado por un círculo gris)
- Vendedor/Comprador (representado por un círculo dividido)

Incoterm	Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIP Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Fuente. <http://bit.ly/12ttDvS>

FASE 3

Primer control.- dependiendo del medio de transporte se efectuaría de la siguiente forma:

- a) AÉREA.- De ser vía aérea se deberá contratar con un bróker de transporte que se encargará de realizar
- b) MARÍTIMA.-

Segundo control.- lo efectúa el servicio nacional de aduanas a través del personal especializado en control aduanero, en el cuál solicitan la guía de remisión durante el ingreso del transporte a la zona de carga del aeropuerto o puerto.

Tercer control.- Efectuado por el Servicio Nacional de Aduana SENA, encargada de revisar la documentación de embarque realizada a través del sistema informático ECUAPASS.

Para el caso de vía marítima se deberá llevar

Descrito lo antecedido, podríamos sintetizar que el proceso se esquematiza con la siguiente ilustración.

Ilustración 32. Cadena logística de exportación



Fuente: www1.puertodeguayaquil.com

3.2.2.3 ETAPA POST EMBARQUE

Regularizar las Declaraciones Aduaneras de Exportación (DAE): Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40) (Comunidad, 2017).

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

Ilustración 33. Documentos para regularizar la exportación R. 40



Fuente. PROECUADOR

3.3.3 Transmisiones electrónicas del documento de exportación

Tramitación de las Exportaciones

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Para poder exportar es necesario cumplir los siguientes requisitos para ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENA E).

Una vez registrado como exportador, es necesario conocer que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte

Base imponible.- La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera (Todocomercioexterior b. i., 2017).

•Para el cálculo de los impuestos comprende la suma de los siguientes valores.

- PRECIO FOB* (Valor soportado con facturas)
- FLETE (Valor del transporte internacional)
- SEGURO (Valor de la prima)
- MÁS OTROS AJUSTES DETERMINADOS POR EL ARTÍCULO 8 DEL ACUERDO SOBRE VALORACIÓN DE LA OMC.

Datos importantes

- Una vez aceptada la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera Única (DAU) en el SICE, se determinará el canal de aforo mediante la aplicación de criterios de análisis de riesgo; pudiendo ser este: físico, documental, o automático (canal verde).

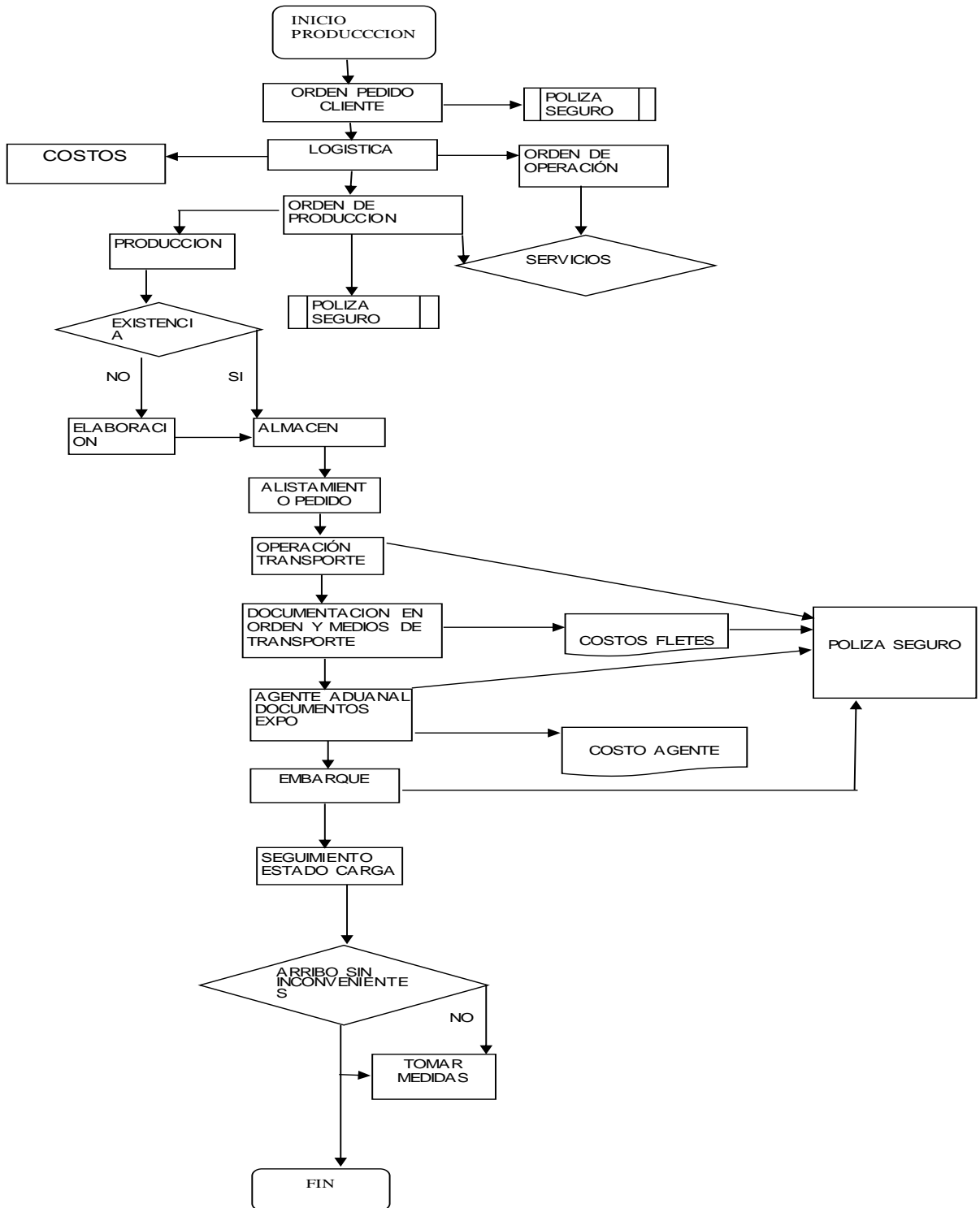
- “En las importaciones, la declaración se presentará en la Aduana de destino, desde 7 días antes, hasta 15 días hábiles siguientes a la llegada de las mercancías”. De no presentar la DAU dentro de este plazo, sus mercancías caerán en abandono tácito.
- Para aminorar el tiempo de desaduanización de sus mercancías, se recomienda hacer uso del *Despacho Anticipado*. Para mayor información sobre Despacho Anticipado consulte la página web: www.aduana.gob.ec (PROECUADOR, Proecuador, información para exportadores 2016, 2017)

3.3.4 Flujoograma del proceso de exportación para aplicación de COEMPROPAS

Para una aplicación eficiente y eficaz del proceso logístico de exportación del producto snack de papa china, se detallara a continuación mediante flujoograma cada uno de los procesos a ejecutar; así también las responsabilidades de cada una de las áreas de la empresa que deberá intervenir en el proceso.

Aquí también, conoceremos cada uno de los involucrados desde el inicio del proceso, durante la ejecución, aplicación del manual de exportación, hasta llegar a la finalización eficiente del mismo. Todo esto condensado para una mejor visualización de estructura de ejecución.

Ilustración 34. Proceso para la comercialización de los snacks



Fuente: Coempropas

3.3.5 Propuesta de implementación de sistema logístico para exportar los snacks de papa china a Francia.

A continuación se presenta un manual de exportación para los snacks de papa china procesados en COEPROPAS ubicados en la parroquia Teniente Hugo Ortiz del Cantón Y Provincia Pastaza.

PRESENTACIÓN



La Corporación de emprendedores productivos de Pastaza, CEMPROPAS, llevando a cabo un proceso de cooperación entre los productores de la parroquia Teniente Hugo Ortiz, procedió a realizar un proyecto de implementación de una fábrica procesadora de chips de papa china, a través del IEPS y Cooperación con FIDA así como también el Consejo Provincial de Pastaza, logran poner en marcha la planta procesadora, envasadora y comercializada de chips de papa china.

1. Alcance

Para el proceso logístico de exportación de los chips procesados de papa china, se establece los procedimientos de control así como las herramientas necesarias para el correcto manejo del sistema informático Ecuapass y las operaciones relacionadas a la exportación apegadas a la normativa vigente.

2. Objetivo.

Proporcionar el manual correspondiente a los procesos de exportación ejecutados en el portal Ecuapass y emisión de los documentos de acompañamiento.

3. Responsabilidad

El Presidente de COEMPROPAS y el Consejo Ejecutivo, será los responsables de toda la información que sea transmitida electrónicamente, así como de la revisión previa y la aprobación.

El responsable de certificación del Programa Operador Económico Autorizado, es el encargado de controlar el cumplimiento del presente manual.

La aplicación y cumplimiento de lo establecido en el presente manual es responsabilidad de los usuarios habilitados por COEMPROPAS en el portal externo del Ecuapass.

4. Descripción

COEMPROPAST, realizará las actividades pertinentes para que el presente documento sea aplicado con base a nuestra realidad comercial, así como la socialización del presente a los miembros de la asociación

Régimen de exportación

El régimen de exportación utilizado es régimen de no transformación (Exportación Definitiva Régimen 40)

Exportación definitiva (Régimen 40)

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Art. 158 del Reglamento al Copci).

Normativa vigente:

- Resolución No. SENAE-DGN-2012-0336-RE “Regulaciones provisionales para el régimen aduanero de exportación definitiva”, del 10 de octubre de 2012, publicada en el R.O. No. 825 del 7 de noviembre de 2012.
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0417-RE “Regulaciones provisionales para el régimen aduanero de exportación definitiva”, del 1 de noviembre de 2013.

5. Procesos de Exportación: Transmisión Electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación.

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

5.1 Procesos dentro del portal Ecuapass

Una vez que el usuario se encuentre dentro del portal y realice el inicio de sesión en el portal externo seleccione el menú principal “Tramites Operativos” Sub-menú “Elaboración de Doc Operativo” y selecciona la opción “1.1.1 Documentos electrónicos

Ilustración 35. Ingreso al sistema ECUAPASS para registro de declaración de exportación

The screenshot displays the ECUAPASS portal interface. At the top, there is a header with the ECUAPASS logo, a user ID 'OCE 16007249', and links for 'Buzon Electronico', 'SENAE', 'VUE', and 'Guía del uso'. There are also buttons for 'UTILAR', 'Cerrar sesión', and 'Consultar'. Below the header is a navigation menu with three main categories: 'Trámites Operativos' (highlighted in yellow), 'Servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. Under 'Trámites Operativos', there is a sub-menu with options: '1.1 Elaboración de e-Doc. Op...', '1.3 Integración de estados d...', '1.5 Envío y recepción de e-Doc', '1.6 e-Documentos', '1.7 Directorio de Funcionario...', '1.8 Integración de estados d...', and '1.9 Función conveniente par...'. Under 'Servicios Informativos', there are options: '1.1.1 Documentos Electrónicos' and '1.1.2 Formulario de solicitud categoría'. A large green arrow points to the '1.1.1 Documentos Electrónicos' option. Below the menu is a search area with fields for 'Codigo de OCE', 'Periodo' (set to 'Hoy'), and 'Estado' (set to '--Todo--'). There are also date pickers for '19/04/2017' and a 'Consultar' button. At the bottom, there is a table with the following columns: 'No', 'Nombre del Documento', 'Número de entrega', 'Fecha-hora de entrega', 'Estado de Transmision', and 'Estado del Documer'.

No	Nombre del Documento	Número de entrega	Fecha-hora de entrega	Estado de Transmision	Estado del Documer
----	----------------------	-------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------

Dentro de la opción “1.1.1 Documentos electrónicos” en la sección “Despacho Aduanero” submenú “Exportación” seleccionamos la opción “Declaración de exportación” .

Ilustración 36. Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación



Fuente: SENAE- ECUAPASS

Dentro de la opción seleccionada “Declaración de exportación” se muestra un formulario el mismo que presentan los siguientes campos para ser llenados

Se debe ingresar información en todos los campos obligatorios, los cuales se encuentran marcados con un asterisco de color rojo (*), caso contrario el sistema no permitirá continuar con las acciones de registro.

Código de declarante A05.- Información precargada automáticamente correspondiente al código OCE.

Ilustración 37 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

Declaración de Exportación

INFORMACION GENERAL

* A05.Código del declarante	<input type="text"/>
* A03.Código de Régimen	--Selección--

Código de Distrito A01.- selecciona la aduana desde la cual la mercancía es embarcada al exterior.

Ilustración 38 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

Declaración de Exportación

INFORMACION GENERAL

* A05.Código del declarante	<input type="text"/>	* A01.Código del distrito	[028] GUAYAQUIL - MARITIMO
* A03.Código de Régimen	--Selección--	* A04.Tipo de despacho	--Selección--

Código de Régimen A03.- Selecciona el régimen que ampara la exportación

[40] Exportación definida

Grafico N° 5

Ilustración 39 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

Declaración de Exportación

INFORMACION GENERAL

* A05.Código del declarante	<input type="text"/>	* A
* A03.Código de Régimen	[40] EXPORTACION DEFINITIVA	* A

Sección Información del Exportador. - Corresponde a la información del exportador tipo de identificación, nombre del exportador, dirección del exportador, teléfono, ciudad de residencia, además el CIU

Clasificador Internacional Industrial Único (CIU). - Es la clasificación sistemática de todas las actividades económicas, la cual permite conocer los niveles de desarrollo, requerimientos, normalización, políticas económicas e industriales entre otras.

En la página oficial del Servicio de Rentas Internas podrá conocer el listado correspondiente

Ilustración 40 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

INFORMACION DE EXPORTADOR				
* B04. Código de tipo de identificación del exportador	[001] RUC	0791767709001	* B01. Nombre del exportador	JASAFRUT S A
B02. Dirección del exportador	9 DE OCTUBRE E/ SUCRE Y GENERAL SERRAN		B03. Teléfono del exportador	072952000
* B06. Ciudad de residencia del exportador	EL GUABO		* B07. CIU	[0140] ACTIVIDADES DE SERVICIOS AGRICOLAS

Sección información del declarante.- suscribe y presenta una Declaración de mercancías a nombre propio o por encargo de terceros.

Ilustración 41 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

INFORMACION DEL DECLARANTE				
* B08. Código de tipo de identificación del declarante	[001] RUC		* B10. Nombre del declarante	J. J. J. J. J. J.
B11. Dirección del declarante	9 DE OCTUBRE E/			

5.2. Información consignada Pestaña [Común].

La misma que contiene la siguiente información

Nombre y dirección del Consignatario. - Información de quien recibe en destino la mercancía que se encuentra amparada en la DAE.

B12. Valor FOB USD.- Sumatoria de la información de los ítems declarados en el campo

B25. Código del país de destino

B14. Código de unidad moneda de transacción

B18 Fecha de emisión de la carta de crédito

C01.- Código de moneda

C02.- Tipo de cambio

B25 Código del país de destino final

B22 Tipo de Carga. - Seleccione la información según la forma de embarque de mercancía

B24 Medio de transporte del lugar de partida. - Medio de transporte por el cual la mercancía es exportada

B15 Código del puerto de embarque. - Corresponde al puerto donde se realiza el embarque

B17 Código del puerto de llegada o destino.- Corresponde al puerto de llegada en destino de acuerdo a lo seleccionado en el campo B25 Código del país de destino final.

B23 Almacén de lugar de partida. - Corresponde al depósito temporal por donde es embarcada la mercancía.

C04.- Cantidad total de Ítem. - Ecuapass calcula automáticamente le total de ítems declarados.

C05.- Peso neto total. - Información de los ítems declarados en el campo D14

Ilustración 42 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

B19.Nombre del consignatario	S	B20.Dirección del consignatario	6
* B25.Código de país de destino final	[NZ] NUEVA ZELANDA	* B21.Ciudad del consignatario	TE PUKE
* B12.Valor FOB USD	\$ 19,332.000	* B13.Código de forma de pago de la transacción comercial	[13] A PLAZO (30 DIAS)
* B14.Código de unidad de moneda de transacción	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	B18.Fecha de emisión de la carta de crédito	17/04/2017
* C01.Código de moneda	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	* C02.Tipo de cambio	1.00
* C03.Total Moneda transacción			\$ 19,332.000
* B22.Tipo de carga	[CC] CARGA CONTENERIZADA	B24.Medio de transporte del lugar de partida	[001] MARITIMO
* B15.Código de puerto de embarque	[ECGYE] GUAYAQUIL	B16.Código de puerto privado desde donde embarca	--Selección--
* B17.Código de puerto de llegada o de destino	[NZLYT] LYTTTELTON	* B23.Almacén de lugar de partida	[05909025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.
TOTALES			
* C04.Cantidad total de ítems			1
* C05.Peso neto total	39,182.400	* C06.Peso bruto total	43,200.00
* C07.Cantidad total de bultos	2,160	* C08.Cantidad de contenedores	2
* C09.Cantidad total de unidades físicas	43,200	* C10.Cantidad total de unidades comerciales	2,160
C11.Código de la mercancía de despacho urgente	[N] NO	C12.Código de solicitud de aforo	--Selección--

5.3. Información consignada Pestaña [Ítem].

Contiene la siguiente información

Ilustración 43 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

D07.Código suplementario	0002	Código complementario	0000
* D15.Código subpartida	0803901190	D02.Tipo de tratamiento	[1] NORMAL
D03.Código de producto		* D04.Descripción de la mercancía	BANANO EQUAPAK TIPO 22XU 41.5 LB
* D05.Código del estado de la mercancía	[9] FRESCO	* D14.Peso neto	39,182.400
* D11.Código de tipo de unidades físicas	[31] KILOGRAMO BRUTO	* D10.Cantidad de unidades físicas	43,200
* D13.Código de unidad de venta de mercancía	[CAJ] CAJA	* D12.Cantidad de unidades comerciales	2,160
* D08.Clase de embalaje	[035] CAJA («BOX»)	* D09.Cantidad de bulto	2,160
* D16.Código de país de origen	[EC] ECUADOR	* D17.Valor FOB	\$ 19,332.000
* D18.Monto de Transacción Real	\$ 19,332.000	D25.Valor FOB de vehículo	\$ 0
D21.Valor en factura de la serie	\$ 0	D22.Unidad monetaria de la factura	--Selección--
D23.Número de chasis del vehículo		D24.Número de motor	
D19.Número de factura		D20.Fecha de factura	17/04/2017
* D26.Ubicación geográfica	[07006] EL GUABO		

D06 Código Complementario. - Código adicional de cuatro dígitos para identificar un producto específico dentro de una Subpartida, una vez seleccionado el campo D15 Código de subpartida seleccione la partida correspondiente a las patatas 2005.20.20” y D08 Clase de embalaje escogemos “Caja” automáticamente se registra.

D07 Código Suplementario. - es un sufixo arancelario (4 dígitos) que permite distinguir productos específicos dentro de una subpartida arancelaria y aplicar sobre ellos un cálculo de tributos diferenciado.

D15 Código Subpartida.- Escoge el código de subpartida o la descripción de la mercancía

Ilustración 44 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Sí o No de Vehículo	Fecha de Inicio de Vigencia	Fecha de Fin de Vigencia	Descripción	Unidad Física
0803901190	0000	0011	N	01/Ago/2016	31/Dic/3000	SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901190	0000	0012	N	01/Ago/2016	31/Dic/3000	SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901190	0000	0013	N	01/Ago/2016	31/Dic/3000	SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901190	0000	0014	N	01/Ago/2016	31/Dic/3000	SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901190	0000	0015	N	01/Ago/2016	31/Dic/3000	SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901190	0000	0016	N	01/Ago/2016	31/Dic/3000	SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901190	0000	0017	N	01/Ago/2016		PARA EXPORTACION DE CAJA 22XU	KILOGRAMO
0803901190	0000	0018	N	15/Dic/2016		SOLAMENTE PARA EXPORTACION DE	KILOGRAMO
0803901200	0000	0000	N	01/Ene/2013	31/Dic/3000	BOCADILLO (MANZANITO, ORITO) (†	KILOGRAMO
0803901900	0000	0000	N	01/Ene/2013	31/Dic/3000	LOS DEMAS	KILOGRAMO

5.4. Información consignada Pestaña [Documentos].

F04 Numero de documento de acompañamiento.- digitamos el número de documento de acompañamiento y luego escogemos el campo “F03 Tipo de documento de acompañamiento”

- Cuando se selecciona tipo de documento de acompañamiento [110] Exportación tiene destino final territorios o usen intermediación de personas domiciliadas en paraísos fiscales o regímenes fiscales preferentes considerados así por el SRI. Toda DAE obligatoriamente debe especificar si la exportación tiene o no un destino final territorios que usen intermediación de personas domiciliadas en paraísos fiscales o regímenes fiscales preferentes considerados así por el Servicio de Rentas Internas mediante el documento de acompañamiento de tipo [110]. Y procedemos a digitar la palabra “NO”

Ilustración 45 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

COMUN Item DOCUMENTOS

Documento de Acompañamiento

Resultado : 3

Muestra Exportar Excel Importar Excel

No	F02.Número de ítem	F03.Tipo de documento de acompañamiento	F04.Número de documento de acompañamiento	F05.F
1	0	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIO	NO	17/04
2	0	FACTURA COMERCIAL	001-005-001638	17/04
3	1	DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO	16007249201700000700P	17/04

* F04.Número de documento de acompañamiento NO * F03.Tipo de documento de acompañamiento [110] EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL

* F07.Nombre de entidad emisora del documento de acompañamiento 0791767709001 F08.País emisor de documento de acompañamiento --Selección--

* F05.Fecha de emisión de documento de acompañamiento 17/04/2017 * F06.Fecha de fin de vigencia de documento de acompañamiento 17/04/2017

F02.Número de ítem [0] COMUN F09.Descripción adicional

F10.Cantidad de carga 0 F11.Unidad de medida mercancia --Selección--

F12.Posición

Documento adjunto Subir archivo Borrar Archivo

Agregar Modificar Eliminar

Guardar temporal Traer Enviar certificado

- Cuando seleccionamos tipo de documento [063] “Documento de control previo” se debe considerar a la transmisión electrónica generada en el portal de Ventanilla Única Ecuatoriana.

Ilustración 46 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

3	1	DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO	16007249201700000702P	17/04/
<input type="text"/>				
* F04. Número de documento de acompañamiento	16007249201700000702P		* F03. Tipo de documento de acompañamiento	[063] DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO
* F07. Nombre de entidad emisora del documento de acompañamiento	172		F08. País emisor de documento de acompañamiento	[EC] ECUADOR
* F05. Fecha de emisión de documento de acompañamiento	17/04/2017		* F06. Fecha de fin de vigencia de documento de acompañamiento	30/04/2017
F02. Número de ítem	[1] 1		F09. Descripción adicional	
F10. Cantidad de carga			F11. Unidad de medida mercancía	--Selección--
F12. Posición	1			
Documento adjunto			Subir archivo	Borrar Archivo

- Cuando generamos la DAE con la factura comercial seleccionamos tipo de documento [010] "Factura Comercial" que se estime utilizar sin adjuntar factura definitiva autorizada por el SRI (electrónica) el cual no es un documento de soporte necesario de anexar para continuar con el proceso de despacho de mercancías exportadas.

Ilustración 47 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

3	1	DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO	16007249201700000702P	17/04/
<input type="text"/>				
* F04. Número de documento de acompañamiento	16007249201700000702P		* F03. Tipo de documento de acompañamiento	[063] DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO
* F07. Nombre de entidad emisora del documento de acompañamiento	172		F08. País emisor de documento de acompañamiento	[EC] ECUADOR
* F05. Fecha de emisión de documento de acompañamiento	17/04/2017		* F06. Fecha de fin de vigencia de documento de acompañamiento	30/04/2017
F02. Número de ítem	[1] 1		F09. Descripción adicional	
F10. Cantidad de carga			F11. Unidad de medida mercancía	--Selección--
F12. Posición	1			
Documento adjunto			Subir archivo	Borrar Archivo

Una vez que se ha comprobado que todos los campos se encuentran correctamente registrados, procedemos a transmitir la DAE presionando el botón Enviar Certificado

Cuando la Declaración Aduanera se transmite mediante el portal externo, la información puede guardarse temporalmente traerse o enviarse definitivamente mediante los siguientes comandos:

- Guardar Temporal: Ayuda a guardar la información temporal, previo a ser enviada de manera definitiva.
- Traer: Ayuda a traer información guardada temporalmente o ha sido transmitida a través de la opción Enviar Certificado.
- Enviar Certificado: permite enviar el documento electrónico una vez que los campos mínimos mandatorios estén llenos.

Normativa vigente:

- Senae-isee-2-2-017-v4. Instructivo de Sistemas para Registro de la Declaración Aduanera de Exportación.
- Boletín: 21-2015 Mejoras en Procesos de Exportación consulta del estado de la Declaración Aduanera de Exportación

5.5 Proceso de Informe de ingreso de exportación.- Envió electrónico en el que se detalla la información de la mercancía que registra a un deposito temporal.

Normativa vigente:

- Senae- isee-2-3-021-v5 Instructivo de sistemas para el registro del informe de ingreso de mercancía (exportación)- IIE

Ilustración 48 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

The screenshot shows a window titled 'Información de DAE' with the DAE number 028-2017-40-00235116. It contains three tables: a main table with columns for No., No. de Doc. de Transporte (M-B/L), Número de Carga, Fecha de registro, Nombre del Transportista, Peso (Kg), and Cantidad Bultos; a 'Datos de Detalle del Documento de Transporte' table with columns for No., Estado, Número de Entrega, Número de Contenedor, and Fecha de registro; and an 'IIE/ ISZ' table with columns for No., Estado, Código de Depósito Temporal, Número de Contenedor, Embalaje, Cantidad de Bultos, and Peso Neto (KG).

No.	No. de Doc. de Transporte (M-B/L)	Número de Carga	Fecha de registro	Nombre del Transportista	Peso (Kg)	Cantidad Bultos
1	APLU902658206	CEC20177812514440610000	16/Abr/2017 05:00:20	[02901118] CMA-CGM ECUADOR S.A.	21,784	1556

No.	Estado	Número de Entrega	Número de Contenedor	Fecha de registro
1	REVISION DEL MANIFIESTO	02901118201700008175S	APRU5849764	16/Abr/2017 05:00:20

No.	Estado	Código de Depósito Temporal	Número de Contenedor	Embalaje	Cantidad de Bultos	Peso Neto (KG)
1	INFORME DE INGRESO	[05906960] NAPORTEC S.A.	APRU5849764	CAJA («BOX»)	0	23490

5.6 Proceso de Asignación de canal de Aforo.- Asignado previo al ingreso de la mercancía a zona primaria, luego que se realiza el primer ingreso, el sistema envía una notificación al exportador con el canal de aforo y de ser automático esta cambia a “SALIDA AUTORIZADA”

Para las declaraciones de exportación con tipo de carga contenerizada la modalidad es diferente puesto que el Ecuapass valida la información, es decir que la cantidad de contenedores ingresos por el depósito temporal, corresponden a las mismas cantidades declaradas en la DAE, el estado de trámite de DAE cambia a “SALIDA AUTORIZADA”

Ilustración 49 Registro en sistema ECUAPASS de declaración de exportación

Consulta del estado de la declaración de exportación

Número de declaración: Búsqueda en resultados: Número de la declarac:

Fecha de declaración: Hoy 10/04/2017 14/04/2017

Resultado : 10

No	Número de la declaración	Fecha de declaración	Estado de trámite	Fecha de aceptación	Fecha de asignación	Fecha de fin de vigencia	RUC EXPORTADOR	Nombre de declarante
1	028-2017-40-00235125	12/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	12/Abr/2017	12/Abr/2017	12/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
2	064-2017-40-00229839	10/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	11/Abr/2017	11/Abr/2017	10/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
3	064-2017-40-00234186	11/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	13/Abr/2017	12/Abr/2017	11/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
4	028-2017-40-00235622	12/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	13/Abr/2017	13/Abr/2017	12/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
5	028-2017-40-00235637	12/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	13/Abr/2017	12/Abr/2017	12/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
6	064-2017-40-00234169	11/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	13/Abr/2017	11/Abr/2017	11/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
7	064-2017-40-00229844	10/Abr/2017	SALIDA AUTORIZADA	13/Abr/2017	13/Abr/2017	10/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
8	028-2017-40-00235610	12/Abr/2017	REGULARIZADA	14/Abr/2017	12/Abr/2017	12/May/2017	0791767	JASAFRUT S A
9	028-2017-40-00235634	12/Abr/2017	REGULARIZADA	13/Abr/2017	12/Abr/2017	12/May/2017	0791767	JASAFRUT S A

5.7 Proceso de Carga no Exportada.- es asignado cuando la DAE consta con registros de informes de salidas de exportación por concepto de carga no exportada en el caso de carga contenerizada se lo debe realizar declarando la unidad y el total de la mercancía contenida.

Normativa vigente:

- Boletín: 4-2015 Mejoras en el Proceso de Carga no Exportada resolución Nro. Senae-dgn-2015-0820-re
- Senae-mee-2-3-022-v2 Manual Específico para las cargas no exportadas”

5.8 Proceso de Rechazo de la declaración aduanera de exportación

En caso de que por razones ajenas a nuestra responsabilidad no pueda ser embarcada la mercancía amparada bajo una declaración aduanera de exportación, se solicitara su rechazo mediante el sistema Ecuapass dentro del módulo de “Corrección de sustitutiva o rechazo de la declaración aduanera de exportación” a través de la opción solicitud de Rechazo

5.9 Corrección de sustitutiva o rechazo de la declaración aduanera de exportación

Se lo realiza a través de la opción “Corrección de sustitutiva o rechazo de la declaración aduanera de exportación”

Se procede con la transmisión electrónica de la información definitiva de las DAEs generadas durante la semana de embarque, en la que deberá actualizar la información que fue generada al momento de emisión de la DAE provisional en la que se consigan la información final de las cajas exportadas, se deberá adjuntar como soporte la factura electrónica.

La solicitud de corrección se deberá realizar dentro del plazo establecido que para el efecto establezca el SENA E, una vez procesada la información será validada por un técnico operador a través del sistema informático Ecuapass enviara la notificación de aceptado, caso contrario de existir error se procederá a verificar el motivo para su posterior corrección y envío.

Normativa Vigente

- Resolución Nro. senae-dgn-2016-0179-re
- Senae-mee-2-2-018-v3 manual específico para la corrección, sustitución y rechazo de la declaración aduanera de exportación (DAE)

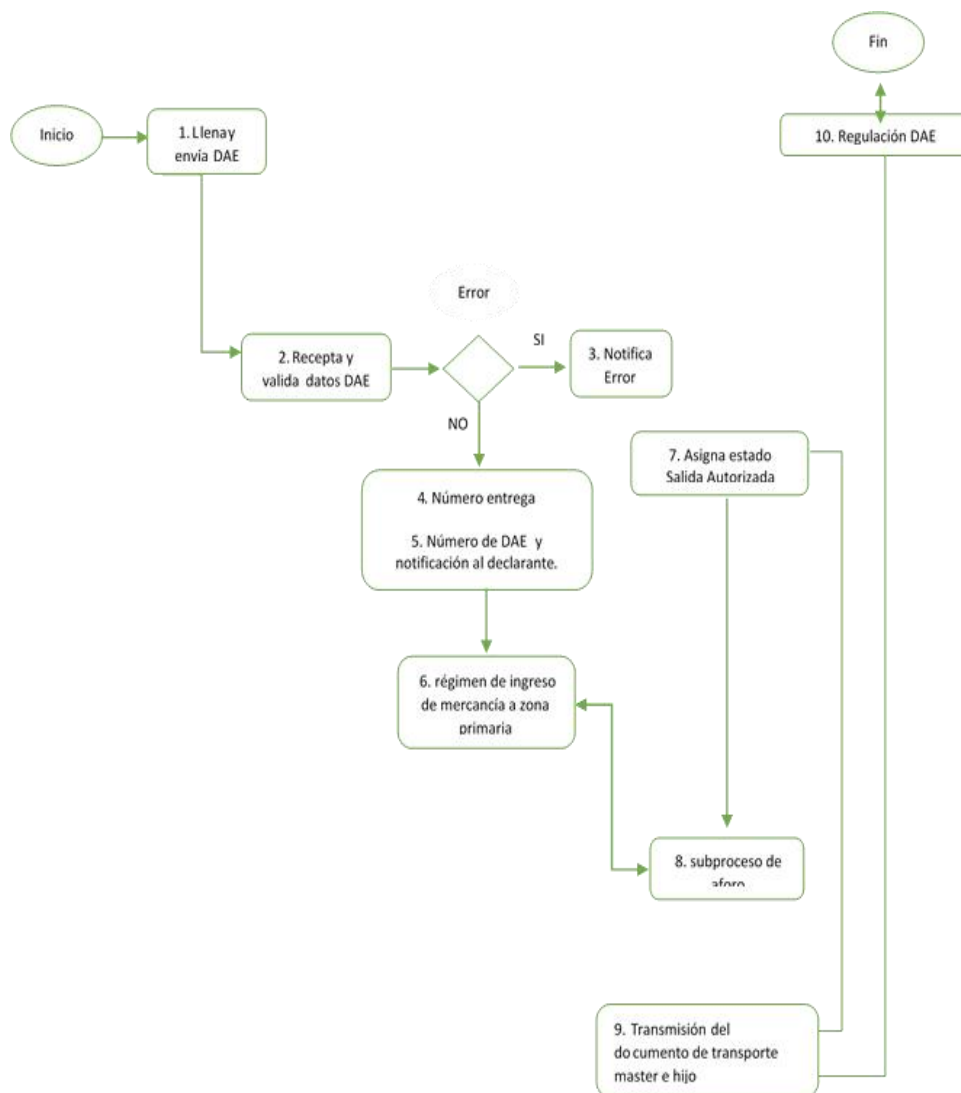
5.10 Proceso de Regularización de DAE.- Procedimiento en el cual se confirma al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador que la información consignada en la DAE es la definitiva culminando así el proceso de exportación.

Son estados de la Declaración Aduanera de Exportación los que se registran a continuación los mismos que están amparados bajo la normativa vigente.

Normativa Vigente

- Boletín 392-2014 Senae-Dgn-2014-0846-RR "regulaciones relativas a la declaración aduanera de exportación"
- Senae-ISEE-2-2-020-V6 Instructivo de sistemas para regularizar declaraciones Aduaneras de Exportación

6. Flujograma de transmisión y Regularización de la declaración aduanera de exportación



Fuente: Boletín 392-2014 Senae-Dgn-2014-0846-RR

Elaboración: SENA E

7. Proceso de actualización de Dato Portal Ecuapass

Cabe indicar que el proceso de actualización de datos aplica para los usuarios registrados como Representantes/Representantes de Entidad; así como, a los usuarios registrados como Empleados/Funcionarios Públicos. Sin embargo, para que el Senae considere que la persona natural o jurídica ha actualizado los datos debe existir como mínimo un Representante legal con datos actualizados en el Ecuapass, sin perjuicio del cumplimiento de la actualización por parte de los empleados/funcionarios públicos.

Por lo expuesto, es de carácter obligatorio la actualización anual de los datos del OCE con usuarios registrados

En los siguientes boletines se encuentra las consideraciones adicionales en relación a la actualización de datos:

Boletín 190-2016

Boletín 466-2016

Resolución Nro. Senae-Dgn-2016-0364-Re

8. Fitosanitarios de exportación

Los Certificados Fitosanitarios de Exportación son emitidos por parte de los técnicos de AGROCALIDAD

Se expiden para avalar que las plantas, los productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios exigido por los países importadores y están conforme con la declaración de certificación.

Los fitosanitarios de exportación son emitidos en el distrito correspondiente al puerto de embarque.

8.1 Inspecciones fitosanitarias

La inspección fitosanitaria de plantas y productos vegetales está basada, en la mayoría de los casos, en la verificación de las condiciones fitosanitarias de una muestra de los mismos.

Bajo las modalidades de certificación fitosanitaria, los productos vegetales que se exportan son inspeccionados fitosanitariamente y aprobados para su envío en las instalaciones de selección y empaque (puntos de origen), conduciéndose la inspección durante los procesos de post cosecha, acopio, etc.

Si como resultado de la inspección fitosanitaria se determina que el producto cumple con los requisitos fitosanitarios de exportación determinados por el país importador, se autoriza el envío del producto. La autorización de envío debe constar el reporte de inspección fitosanitaria, mismo que debe ser entregado en el punto de control de AGROCALIDAD por donde se realiza el envío del producto (puertos marítimos) (Agrocalidad, 2017).

Requisitos

- Formato de Fitosanitario de Exportación.
- Se deben presentar las facturas del producto a exportarse.
- Documentos que el país importador solicite.
- Plantilla de solitud de inspección
- Conocimiento de Embarque

Proceso de emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación

1. Llenado y envío vía correo electrónico del Reporte consolidado de inspección en el formato de Agrocalidad.
2. Llenado del formato “organización de protección fitosanitaria de Ecuador” con la información requerida según el país importador la misma que debe contener la siguiente información.
 - Nombre y dirección del exportador
 - Nombre y dirección declarados del destinatario
 - Lugar de origen
 - Medios de transporte declarados
 - Punto de entrada declarado
 - Marcas distintivas
 - Número y descripción de los bultos
 - Cantidad declarada y nombre del producto
 - Lugar de expedición

3. Impresión del formato Certificado Fitosanitario de exportación como documento de acompañamiento.
4. Impresión de la factura electrónica y BL
5. Llenado de la plantilla de solicitud de inspección en el formato emitido por Agro calidad.
6. Impresión del Certificado Fitosanitario de exportación luego que el responsable de certificación verifica que la información que consta en el formato y documentación de soporte sea correcta.

Normativa Vigente

- Manual de certificación fitosanitaria para exportación
- Resolución-0175-manual-de-certificación-fitosanitaria-de-exportación-definitivo (Agrocalidad, 2017)

9. Certificados de origen

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

Los Certificados de Origen (CO) de las exportaciones de las mercancías ecuatorianas a los diferentes países con los que Ecuador tiene suscritos Acuerdos Comerciales o tiene un trato comercial preferencial por su estatus de País subdesarrollado, son emitidos por las Entidades Habilitadas (EH) por el Ministerio de Comercio Exterior las cuales son del Sector Privado y Público (Ministerio de comercio exterior, 2017).

La Certificación de Origen se basa en el Art. 85 del Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) el cual indica lo siguiente “Corresponderá a la unidad gubernamental que se designe en el reglamento a este Código, regular y administrar la certificación de origen de las mercancías nacionales. La administración de la certificación podrá efectuarse de manera directa o a través de entidades habilitadas para el efecto, públicas o privadas; y la autoridad competente podrá actuar de oficio o a petición de parte interesada, nacional o

extranjera, en la investigación de dudas sobre el origen de un producto exportado desde Ecuador.”

Requisitos

Factura electrónica y Conocimiento de embarque (escaneados en conjunto)

Proceso de Emisión

1. Se escanea en un solo documento factura electrónica y conocimiento de embarque por Certificado a emitir
2. Son emitidos dentro del portal Ecuapass en la VUE en la sección de “Certificados de Origen y DJO”.
3. Son llenados según el país importador y tipo de certificado al que se acoge dicho país.
4. En nuestro caso usamos 3 tipos de certificados
 - EUR-1 (países miembros de la Unión Europea) según formato “Certificado de Circulación de Mercancías EUR.01”
 - SGP (países beneficiarios de preferencias arancelarias) ver listado http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP_Schemes_s.ASP según formato “Generalized System of Preferences Form A”
 - No preferencial según el formato “Certificado de Origen no Preferencial”
5. Llenado de la plantilla en el portal VUE con la información consignada en el conocimiento de embarque y factura electrónica.
6. Llenada la información de proceder adjuntar los documentos de soporte (factura electrónica y conocimiento de embarque).
7. Se envía y procedemos a firmar con la firma electrónica de Ecuapass.
8. Aprobación final por el Analista de Procesos de Origen.

Normativa Vigente

- Decreto Ejecutivo N° 25 Decreto N°25 del 12 de junio de 2013, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 19 de 20 de junio de 2013/ Resolución-MCE-SSCE-001-2014-ANEXOS-REGL.

Adicional a los procesos establecidos en el presente documento detallamos manuales y procedimientos, relacionados a los procesos de exportación los mismos que se encuentran publicados en la página oficial del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E.

Normativa Vigente

- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
- Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Copci)
- Resolución nro. Senae-dgn-2015-0775-re
- Resolución nro. Senae-senae-2017-0320-re "reforma a la resolución nro. Senae-dgn-2015-0775-re "normas generales para el régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo".
- Manual de usuario instalación de dispositivos y registro en Ecuapass
- Instructivo para la certificación de origen no preferencial para el exportador

7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Código Orgánico de Producción y Comercio e Inversión

Manual de exportación de CORPECUADOR

Resoluciones aduaneras emitidas por la SENA E.

Sistema Ecuapas

3.4 Metodología para implementación del manual de exportación

Considerando la aplicación de un manual de exportación que enmarque el proceso logístico para la comercialización internacional de snack procesados de papa china por parte de COEMPROPAS, a continuación realizamos un detalle de la implementación del mismo por cada fase necesitada para lograr la eficacia en su aplicabilidad.

Tabla 23. Modelo de implementación de proceso logístico para exportación del snack producido por COEMPROPAS

Implementación de un proceso logístico para la exportación de snack procesados de “papa china” al mercado Francés por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS		
Situación actual	Propuesta	Situación esperada
De qué manera la implementación de un proceso logístico, influirá en el desempeño de las exportaciones de snack procesado de “papa china” al mercado Francés	<p>Implementar un manual de comercio exterior que enmarque las siguientes fases:</p> <p>FASE1.- Socialización del manual a los socios de COEMPROPAS</p> <p>FASE 2.- Habilitación como exportador</p> <p>FASE 3.- Revisión de órdenes de pedido internacionales.</p> <p>FASE 4.- Aplicación del manual durante cada etapa del proceso</p>	<p>Aplicando el procedimiento del manual antes detallado, se podrá obtener:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que los socios se encuentren informados del crecimiento de la organización para la aplicación del manual logístico de exportación. • Se iniciarán despachos del producto snack de papa china hacia países europeos con beneficios significativos por aplicación del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea. • Se incrementará el trabajo de la organización a la apertura una nueva línea de comercialización de los productos. • El manual permitirá que la organización pueda tener un crecimiento económico rentable a corto, mediano y largo plazo.

Elaboración: Autora

Conforme se observa se ha creado un resumen del procedimiento de la implementación del manual para la organización permitiéndoles el crecimiento conjunto.

Así también, se base a las regulaciones emitidas por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, en el manual específico de exportaciones contenerizadas, tenemos que se debe aplicar un procedimiento diferente a una no contenerizada, por ello se realiza el detalle por etapa y responsable de cada uno de ellas para la adecuada aplicación del manual de exportación.

Tabla 24. Procedimiento general para aplicación del manual detallado por responsables

N°	ACTIVIDAD	DETALLE DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PRODUCTO
1	Registro como exportador	Se debe proceder a registrarse en la página del Banco Central del Ecuador para adquirir el token de firma electrónica; paso siguiente se registra en la plataforma de Ecuapass de la aduana del Ecuador	Presidente de COEMPROPAS	Registro de exportador y habilitación en el sistema ECUAPASS
2	Recepción de órdenes de compras	El responsable de recepción de órdenes de compras, procesará la orden de compra internacional y registrará para verificación de destino, cantidad y unidad de medida a emitir para aprobación de Presidente de COEMPROPAS	Responsable de ventas internacionales y Presidente de COEMPROPAS	Órdenes de compras identificadas por destino y requerimiento de comprador
3	Transmisión de la DAE	Ingresando a través del portal Ecuapass se podrá realizar los datos de la declaración de exportación y	Técnico Operador de Comercio Exterior	Declaración emitida, registrada y

		llenará los campos solicitados anexando la documentación habilitante.		numerada a través del sistema
4	contratación de empresa de transporte interprovincial	Se realiza la contratación del medio de transporte interprovincial para la carga en fábrica del producto para su ulterior entrega en puerto marítimo y su carga al buque de carga internacional, quién entregará en destino el producto.	Despachador, Transportista y Presidente	Mercancía entregada en puerto para transporte internacional
5	Confirmación de embarque	Mediante vía electrónica se notifica al comprador la fecha, hora, y naviera por el cual se ha embarcado el producto; se anexará en esta etapa los documentos de transporte y póliza de seguro contratada para el efecto	Técnico Operador de Comercio Exterior y Presidente	Documentos de medio de transporte internacional emitido
6	Monitoreo de la carga	A través de la empresa naviera, se procede a dar seguimiento a la carga en base al destino de la misma; se notifica por vía escrita (mail) a la naviera de existir novedades, a su vez la naviera notificará por escrito de existir demoras.	Técnico Operador de Comercio Exterior	Mercancía con monitoreo constante

7	Cierre del proceso de exportación	Una vez la agencia naviera confirme su arribo a destino, se receptorá todos los documentos de confirmación del comprador, así como la notificación de pago para cierre definitivo del expediente de exportación	Técnico Operador de Comercio Exterior y Contador	Inventario actualizado conforme venta internacional cerrada eficazmente
8	Elaboración de informes de ventas internacionales	Cerrado el proceso de venta internacional, el Presidente de la COEMPROPAS, realizará un informe mensual de ventas internaciones efectuadas y culminadas eficazmente conforme el procedimiento establecido en el manual de exportación.	Presidente, Contador y Técnico Operador de Comercio Exterior.	Ventas internacionales detalladas por destino y evaluación de manual de exportación.

Elaboración: Autora.

Detallada cada una de las actividades por cada etapa del proceso, se podrá identificar la eficacia y operacionalidad del manual de exportación del snack de papa china de COEMPROPAS.

CONCLUSIONES

Finalizado todo el proceso investigativo, en la propuesta de proceso logístico de comercio exterior para exportar los snacks de papa china procesados por la Corporación de Emprendedores de Pastaza, se han concluido lo siguiente.

- Permitir que Asociaciones agro productivas de la provincia de Pastaza puedan incursionar en mercados internacionales con productos del sector agrícola Amazónico, con los estándares que exigen los diferentes países, permitirá aportar de forma favorable a la Balanza de Pagos Ecuatoriana, para lo cual es propicio concluir que este tipo de propuestas son viables a nivel de los pequeños productores Asociados y con personería Jurídica sólida.
- Una vez expuesto todos los argumentos de viabilidad para exportar a Francia en lo que respecta a temas financieros, PIB, riesgo país, de tipo de población, del tipo de consumo, se puede concluir que el sustento para determinar el mercado objeto gira entorno a datos estadísticos, por ello el presente Análisis podrá ser ejecutado por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza, e iniciar la venta internacional de productos nutricionales como lo es la *Colocasia Esculenta*
- Otra conclusión que se llega al finalizar el presente análisis, es referente al manejo de la información para determinar nuestro mercado objeto, existen factores esenciales que son predominante al momento de seleccionar un mercado objeto, por ello la Implementación de un proceso logístico para la exportación de snack procesados de “papa china” al mercado Francés por la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS, es viable y factible, con la ejecución de todas las etapas logísticas previstas en cada uno de los sub capítulos expuestos.
- Un punto muy importante que se ha podido concluir es la ventaja que se va a tener al ingresar productos originarios ecuatorianos a países

de la Unión Europea, ya que a partir de diciembre del 2016 somos parte del Acuerdo multipartes el cual nos da preferencias a varias ítems arancelarios, entre ellos la partida 2005.20.20 con la que se podrá exportar con preferencias a Francia que es nuestro mercado objetivo en base al análisis que se efectuó.

- Luego de la aplicación de la encuesta a una muestra de los socios de los agricultores, se pudo conocer que la apertura para incrementar su mercados es viable, siendo que el 82,72% manifestó que si podrían incursionar en nuevos mercados siempre y cuando se dé el soporte técnico adecuado, por ello se determina que la aplicación de un manual detallado con el proceso logístico internacional es la alternativa ideal y rentable para incursionar en la exportación del snack de papa china de COEMPORPAS.
- Finalmente se puede concluir que la COEMPROPAS tiene una gran fortaleza debido a que cuentan con la materia prima de primer orden que son sus socios, cuentan con todo el equipamiento necesario para el procesamiento de propiedad de la corporación; así como también con el soporte técnico del IEPS que día a día se fortalece y siguen creciendo en el desarrollo de sus productos procesados y se comercializan en la localidad.

RECOMENDACIONES

Luego de conocer que para la presente propuesta los datos estadísticos, publicaciones oficiales gubernamentales e internacionales, se pueden puntualizar diferentes recomendaciones que pueden ser ejemplificadas por los socios de COEMPROPAS y dar viabilidad en la aplicación del proceso logístico 'para internacionalizar el snack de papa china.

- A través del Instituto de Economía Popular y Solidaria IEPS, ofertar este tipo de propuesta a otras organizaciones que se dedicadas a las actividades agroproductivas y que han incursionado en la comercialización de productos derivados de materia prima propia de la zona puedan incursionar en la venta internacional.
- Considerar por parte de la Corporación que previo a la comercialización internacional del producto se debe analizar el riesgo país y así determinar la mejor alternativa para iniciar relaciones comerciales; así también aplicar el mismo criterio para la harina de papa china que procesan en la COEMPROPAS para ofertar al mercado de Francia a futuro.
- Analizar cada uno de los puntos detallados en la propuesta de la presente investigación, permitirá que la corporación pueda iniciar la comercialización internacional de su snack procesado de papa china originaria de la parroquia Tnte. Hugo Ortiz del cantón y provincia de Pastaza; así como también aplicar la logística adecuada conforme se detalla en el apartado del procesamiento y lograr tener una rentabilidad en la aplicación del mismo.
- Se puede también recomendar a COEMPROPAS que luego del análisis minucioso del manual de proceso logístico para comercializar los snack de papa china a Francia, podemos optimizar el acuerdo

multipartes firmado entre la Unión Europea y la República del Ecuador en Diciembre del 2016 y aplicarlo para otros países partes de la Unión Europea considerando cada una de las preferencia establecidas en dicho acuerdo.

- Implementado la presente propuesta, los Directivos de la Corporación deben instalar soporte técnico especializado para dar un soporte viable y perdurable con el tiempo de la comercialización internacional del snack, así como también la incursión en otros mercados de la Unión Europea; siendo que en gran porcentaje sus socios determinan que es viable la presente propuesta pero con un apoyo especializado.
- Por último es importante recomendar que viendo el comportamiento de los socios de CEOMPROPAS, podemos observar que se incrementan adherentes con el pasar de los años por ello se vuelven una fortaleza en la dotación de la materia prima por ello es muy importante mantener el crecimiento de éstos para mantener la materia prima constante y puedan considerar incursionar en nuevos mercados.

Bibliografía

- Agricultural tropical, E. (10 de 2017). *Blog: Agricultura tropical ecuador*. Obtenido de agricultura-tropical-ecuador.blogspot.com/2010/11/el-cacao-ecuatoriano.html
- Agrocalidad, c. f. (agosto de 2017). *Agrocalidad*. Obtenido de www.agrocalidad.gob.ec/...vegetal/...certificacion-fitosanitaria/...certificado-fitosanitar...
- Ayala, C. J. (2000). Importancia de la Auditoría de Calidad para las empresas Guatemaltecas. En *Importancia de la Auditoría de Calidad para las empresas Guatemaltecas* (pág. 7). Guatemala.
- Ballou, R. H. (2004). *Logística, Administración de la cadena de usministros, ed. 5ta*. México: Pearson.
- Borello, A. (1994). El Plan de negocios . Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, ISBN: 84-7978-109-2.
- Cabrera, C. A. (2014). Logística internacional: Una herramienta para la competitividad. Madrid, España: ICEX, España.
- Callaba, J. P. (2004). Logística Internacional. En J. P. Callaba, *Logística Internacional*. México: UNAM.
- Castellanos, R. A. (2015). Logística Comercial Internacional. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Cedeño, M. M., & Montenegro, D. (3 de Mayo de 2004). Plan Exportador, Logístico y de Comercialización de Uchuva al mercado de Estados Unidos para Frutexport S.C.I. Ltda. *Plan Exportador, Logístico y de Comercialización de Uchuva al mercado de Estados Unidos para Frutexport S.C.I. Ltda*. Bogota, Colombia: Ponteficia Universidad Javeriana.
- Cobos, B. J. (2014). Analisis de determinación del costo tributario de las empresas exportadoras de flores de Azuay en el año 2013. *Analisis de determinación del costo tributario de las empresas exportadoras de flores de Azuay en el año 2013*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca.

COEMPROPAS. (2017). *INFORME ANUAL 2016*. PUYO, PASTAZA: COEMPROPAS.

COLOMA, D. E. (Mayo de 2015). "ECUADOR: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN DE STEVIA (STEVIA REBAUDIANA) AL MERCADO INTERNACIONAL DE ESTADOS UNIDOS. "ECUADOR: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN DE STEVIA (STEVIA REBAUDIANA) AL MERCADO INTERNACIONAL DE ESTADOS UNIDOS. Guayaquil, Guayas, Ecuador: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

Comunidad, t. c. (junio de 2017). *Comunidad de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/m/blogpost?id=2927438%3ABlogPost%3A276360>

Cueva, M. E. (2012). PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PASTA DE CACAO ORGÁNICO DE PUERTO QUITO. *PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PASTA DE CACAO ORGÁNICO DE PUERTO QUITO*. QUITO, Pichincha, Ecuador: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.

DOUANE, A. D. (octubre de 2017). *Administration des doanes et impost indirects*. Obtenido de <http://www.douane.gov.ma/web/guest>

ESPOL. (2009). Proyecto de Inversión para la elaboración y comercialización de un snack artesanal a base de papa china orgánica para el consumo en el mercado Guayaquileño. *Proyecto de Inversión para la elaboración y comercialización de un snack artesanal a base de papa china orgánica para el consumo en el mercado Guayaquileño*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: ESPOL.

ESPOL, E. P. (10 de 2017). *DSPACE.ESPOL.EDU*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5701/1/D-38921.pdf>

FAO, D. a. (octubre de 2017). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Obtenido de <http://www.fao.org/faostat/en/#home>

- FMI, I. m. (octubre de 2017). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de <http://www.imf.org/external/spanish/index.htm>
- FMI, W. E. (enero de 2018). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de <http://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2017/09/19/world-economic-outlook-october-2017>
- GAD PROVINCIAL, P. (OCTUBRE de 2014). *PLAN PRODUCTIVO 2014-2025*. PUYO, PASTAZA: GAD PROVINCIAL PASTAZA.
- Gallardo, C. M., & Navarro, S. L. (2011). Conformación de una empresa procesadora de conservas de tomate de arbol y su exportación a los Distritos de Brooklyn y Manhattan de Estados Unidos de Norteaerica. *Conformación de una empresa procesadora de conservas de tomate de arbol y su exportación a los Distritos de Brooklyn y Manhattan de Estados Unidos de Norteaerica*. Quito, Pichincha, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador .
- Ganadería, H. S. (Julio de 2017). *PRONAGRO*. Obtenido de pronagro.sag.gob.hn/dmsdocument/4074
- Garcia, M. O., & Gutierrez, a. (2007). Centro de acopio , una estrategia para competir en el mercado Frances con carne de caracol. *Centro de acopio , una estrategia para competir en el mercado Frances con carne de caracol*. Bogotá, Colombia: Ponteficia Universidad Javeriana.
- Giacometti, D., & León, J. (OCTUBRE de 2017). *FAO, La agricultura amazónica y caribeña*. Obtenido de http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/prior/segalim/prodalim/prodveg/cdrom/contenido/libro09/Cap4_8.htm
- Gonzalez, L. I., Martinez, S. A., Otero, N. M., & Gonzalez, V. E. (2014). Gestión del comercio exterior de la empresa, Tercera Edición. Madrid, España: ESIC, Editorial: ISBN 978-84-7356-998-9.
- IEPS. (14 de febrero de 2018). *Instituto de Econocmía Popular y Solidaria*. Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Jerez, R. J. (2011). *Comercio Internacional, 4ta ed.* España: Madrid: ESIC Editorial.

- Lerma, K. A., & Marquez, C. E. (2010). Comercio y marketing internacional, cuarta edición. Cengage Learning Editores.
- Martín, M. M. (2012). Manual Práctico de Comercio Exterior. En M. M. Martín, *Manual Práctico de Comercio Exterior* (pág. 40). Madrid: España: Fundación Confemetal.
- Martinez, D., & Lombana, J. (2013). *PYMES, RUTAS PARA LA EXPORTACIÓN. COLOMBIA: UNIVERSIDAD DEL NORTE.*
- Martinez, M. M., Santero, S. R., Sanchez, H. L., & Marcos, C. M. (2009). Factores de competitividad de la Pyme española 2008. ISBN: 978-84-88723-99-4.
- Mercado, H. S. (2000). Comercio Internacional I; Mercadotecnia Internacional : Importación - Exportación, 4 ed. México Df, México: Limusa.
- Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador. (23 de 01 de 2018). *Acuerdo MULTiparte Unión Europea y Ecuador.* Obtenido de http://acm_ue.comercioexterior.gob.ec/?page_id=79
- Ministerio de comercio exterior, P. e.-2. (septiembre de 2017). *Ministerio de Comercio Exterior.* Obtenido de www.comercioexterior.gob.ec/.../Plan-Estrategico-Institucional-2014-2017-4.compres.
- Miranda, N. D. (2014). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL Y FINANCIERA PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN A FRANCIA DE DERIVADOS DE PLÁNTULAS DE ORQUÍDEAS (ORQUÍDEAS IN-VITRO). CASO: EMPRESA FLOARE CÍA. LTDA. *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL Y FINANCIERA PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN A FRANCIA DE DERIVADOS DE PLÁNTULAS DE ORQUÍDEAS (ORQUÍDEAS IN-VITRO). CASO: EMPRESA FLOARE CÍA. LTDA.* Quito, Pichincha, Ecuador: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ.
- Monterroso, E. (28 de 12 de 2017). *revista virtual pro.* Obtenido de <https://www.revistavirtualpro.com/biblioteca/el-proceso-logistico-y-la-gestion-de-la-cadena-de-abastecimiento>

- Morales, M. E., & Villalobos, F. A. (1985). Comercialización de productos agropecuarios. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Moreno, P. A. (2014). ANÁLISIS DEL MODELO DE MARKETING DE EXPORTACIONES DELAS PYMES ECUATORIANAS QUE COMERCIALIZAN CHOCOLATE CON VALOR AGREGADO HACIA ARGENTINA. PERÍODO: 2012-2015. *ANÁLISIS DEL MODELO DE MARKETING DE EXPORTACIONES DELAS PYMES ECUATORIANAS QUE COMERCIALIZAN CHOCOLATE CON VALOR AGREGADO HACIA ARGENTINA. PERÍODO: 2012-2015*. Quito, Pichincha, Ecuador: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ.
- Naciones Unidas, O. (Octubre de 017). *ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA*. Obtenido de <http://www.fao.org/about/es/>
- Pinduisaca, J. I., & AViles, M. G. (2016). Exportación de polvo decacao en la ciudad de Quevedo de la Provincia de Los Ríos para la empresa "Quevexport S.A" hacia la ciudad de Le Havre-Francia. *Exportación de polvo decacao en la ciudad de Quevedo de la Provincia de Los Ríos para la empresa "Quevexport S.A" hacia la ciudad de Le Havre-Francia*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- PROECUADOR. (AGOSTO de 2017). *PROECUADOR*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/>
- PROECUADOR. (agosto de 2017). *Proecuador, informacion para exportadores 2016*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- PROECUADOR. (agosto de 2017). *PROECUADOR, Monitoreo de exportaciones*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>
- PROECUADOR, G. C. (JUNIO de 2017). *PROECUADOR*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/.../PROEC_GC2015_FRANCIA1.pdf

- Rodríguez, R. C. (Agosto de 2015). Diseño de un Plan de Negocios, para la exportación de Corazones de Palmito. *Diseño de un Plan de Negocios, para la exportación de Corazones de Palmito*. Quito, Pichincha, Ecuador: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR - UIDE.
- Sainz de Vicuña, A. J. (2001). La Distribución COmercial: opciones estratégicas, 2da Ed. Madrid, España: ESIC, Editorial.
- Sanchez, B. N. (Octubre de 2012). Exportación de tortilla a Francia. *Exportación de tortilla a Francia*. Nuevo León, México: Universidad Autónoma de Nuevofo León, México.
- SÁNCHEZ, B. N. (octubre de 2012). EXPORTACIÓN DE TORTILLAS A FRANCIA. *EXPORTACIÓN DE TORTILLAS A FRANCIA*. San Nicolas de las Garzas,, Nuevo León, México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN.
- SENAE. (Diciembre de 2017). *SENAE, ECUAPASS*. Obtenido de http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp
- SENAE, P. E. (JULIO de 2017). *ADUANAS DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Staton, W. J., J., E. M., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGRAW-HILL.
- Sullivan, A., & M.Sheffrin, S. (2003). *Economics: Principles in action* . Pearson, Prentice Hall.
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación efectiva: Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. México: ISEF.
- Sulser, Valdez Rosario & Pedroza Escandon. (2004). Reglas Básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. México: ISEF.
- TARIC, C. E. (octubre de 2017). *Comisión Europea, Taric*. Obtenido de http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/geographical_consultation.jsp?Lang=es&SimDate=20180215

Todocomercioexterior. (septiembre de 2017). *Todo comercio exterior*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/proceso-de-exportacion>

Todocomercioexterior, b. i. (agosto de 2017). *Todo comercio exterior*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/base-imponible-para-el-pago-de-tributos-en-las-importaciones>

Tropical, A. (11 de 2017). *Agricultura Tropical Ecuador*. Obtenido de <http://agricultura-tropical-ecuador.blogspot.com/2010/11/condiciones-de-clima-y-suelo-para-el.html>

Wagner, W. L., Herbst, D., & Sohmer, S. (Octubre de 2017). *faostat.fao.org*. Obtenido de <http://faostat.fao.org>

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz auxiliar para el Diseño de la investigación

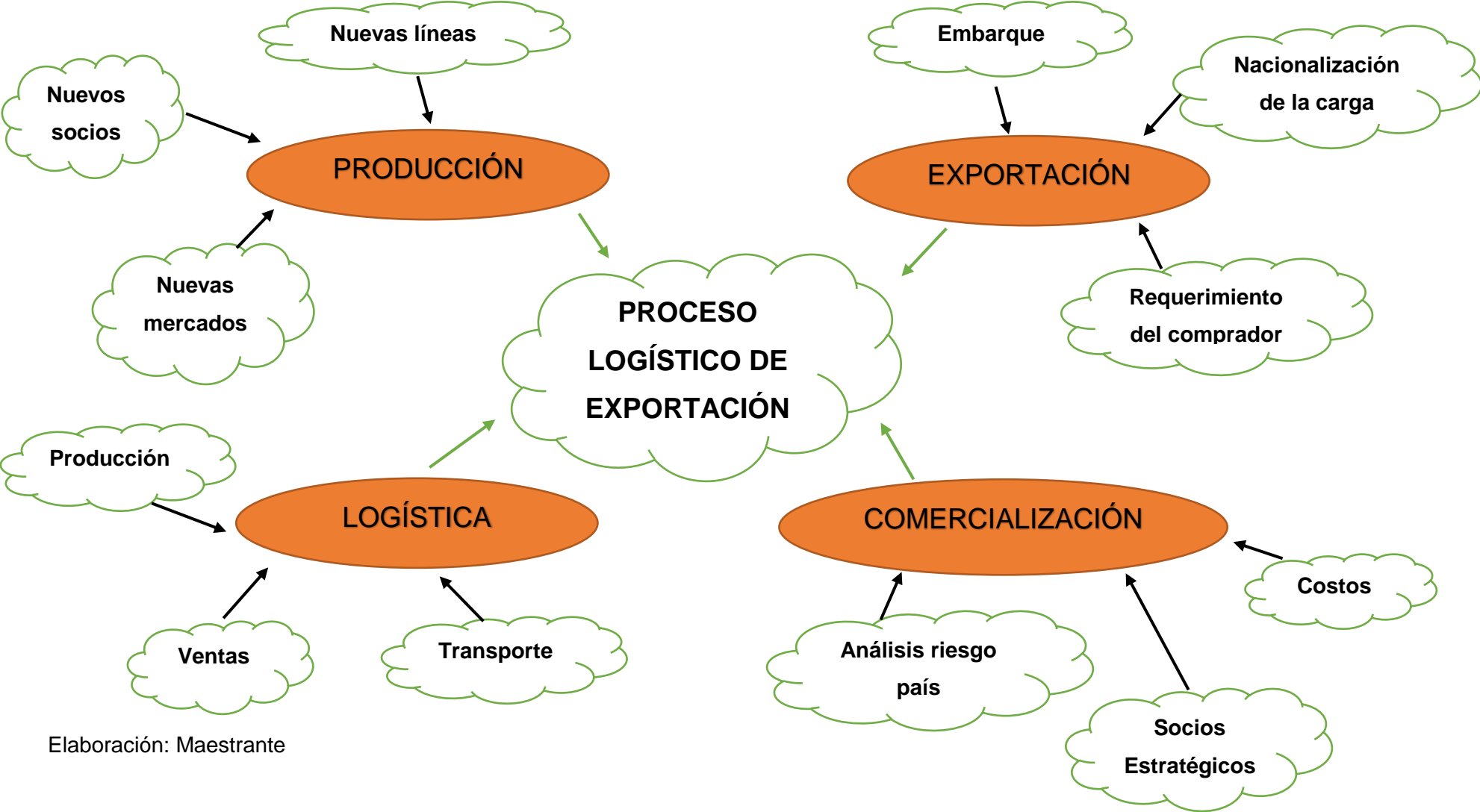
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	VARIABLE EMPÍRICA	INDICADORES	INSTRUMENTOS
			INDEPENDIENTE				
La producción de papa china mantiene un problema de comercialización ya que se han centrado solo a la venta a nivel provincial, debido a que no han tenido procesos logísticos marcados para internacionalizar el mismo.	Implementar un proceso logístico, detallado que influirá en el desempeño de las exportaciones de snack procesado de "papa china" al mercado Francés de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.	Realizada la Implementación de un proceso logístico, detallado a través de un manual de comercio exterior, permitirá las exportaciones de snack procesado de "papa china" al mercado Francés de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.	Exportación de los snack procesados de papa china de COEMPROPAS.	Proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios.	Exportación de productos	órdenes de compras receiptadas / despachos de exportación realizados	Declaraciones de exportaciones realizadas Órdenes de compras receiptadas

PROBLEMA SECUNDARIOS	OBJETIVO ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	DEPENDIEN TE	CONCEPTUALI ZACIÓN	VARIABLE EMPÍRICA	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Factores que influyen en COEMPROPAS para la falta de internacionalización del snack de papa china	Realizar un manual detallado en base a las realidades de la Corporación para la implementación de un proceso logístico y exportar los chips procesados de "papa china"	Poco acceso a la información estaría siendo la causa por la cual COEMPROPAS, no haya incursionado en procedimientos de venta internacional a través de procesos logísticos de comercio exterior del producto snack de papa china	Implementación de un proceso logístico	Comprende la recepción y tratamiento de pedidos, dar curso a las expediciones con todas las actividades de transporte y logísticas: selección de la vía de transporte para cada envío, embalaje a utilizar, condiciones del envío, cumplimiento de los plazos de entrega, control de inventario y almacenes, etc	Procedimientos logísticos inadecuados	Ventas	Manual de procedimiento logístico internacional
No se ha considerado el crecimientos empresarial al exportar su snack	Proponer alternativas para captar los mercados internacionales en base a la realidad de la COEMPROPAS, referente a capacidad de producción, ubicación, medios de transportes accesibles				Limitación en la información	Cientes internacionales iniciados negociaciones	

<p>La falta de procedimientos para internacionalizar sus productos</p>	<p>Examinar alternativas propositivas que influirán en los procedimientos para internacionalizar productos, como son los análisis de riesgo país, análisis de porcentajes de importaciones del producto en el estudio macroeconómico que se realice previo a la puesta en marcha de la propuesta.</p>	<p>Tener conocimiento del estado de cada país podría influir para que productos como el snack de papa china no se haya aún internacionalizado, para lo cuál se podría considerar información como el análisis riesgo país y datos de importación por grupo arancelario.</p>			<p>Estudios macroeconómicos de posibles mercados internacionales.</p>	<p>Costos</p>	
--	---	---	--	--	---	---------------	--

Elaboración: Maestrante

ANEXO 2. Diagrama de las variables



ANEXO 3. Matriz de autores

VARIABLE	CONCEPTUALIZACIÓN	ANTECEDENTES TEÓRICOS	VARIABLE EMPÍRICA	INDICADORES
exportación de los snack procesados de papa china de COEMPROPAS.	estrategia comercial que se enmarque en una planificación estratégica, segmentación de mercado, y el marketing mix como parte primordial para la factibilidad de la implementación	(COLOMA, 2015),	Exportación de productos	ordenes de compras receiptadas / despachos de exportación realizados
	factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación	(Sulser, Valdez Rosario & Pedroza Escandon, 2004):		
	mecanismo primario que coordina las actividades de producción, distribución y consumo en determinada área o campo económico	(Morales & Villalobos, 1985)		
	<i>introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otros países,</i>	(MERCADO, 2000)		
	considerar las variables operativas y legales pertinentes que deben considerar, previa a la exportación de un producto	(Gallardo & Navarro, 2011)		
Implementación de un proceso logístico	Considerar las siete fases, como son: razones para exportar, selección del mercado, analizar el mercado y definirlo de forma definitiva, estrategia de exportar, objetivos de exportación, marketing de exportación, control de la gestión del mercado de exportación.	(Moreno, 2014)	Logística	Manual de procedimiento de exportación
	Análisis de las cinco fuerzas de Porter, para determinar estrategia de implementar una propuesta	(Cueva, 2012)		
	movimiento de mercancías desde su origen hasta el consumidor final, son parte de un procedimiento logístico dentro de una empresa	(Castellanos, 2015):		
	contemplar el contenido mínimo de los contratos, para mantener una eficacia en cada procedimiento de venta internacional.	(Jerez, 2011)		

Elaboración: Maestrante

ANEXO 4. MODELO DE ENCUESTAS APLICADAS A PRODUCTORES DE PAPA CHINA DE LA CORPORACIÓN COEMPROPAS

COORPORACION DE EMPRENDEDORES PRODUCTIVOS DE PASTAZA -
COEMPROPAS

1. ¿Cuántos años es usted parte de la Corporación de Emprendedores Productivos de Pastaza COEMPROPAS.?

1 año	
2 años	
3 años	
4 años	
5 años	
6 años a mas	

2. ¿Cuántas hectáreas tiene usted designadas a la producción de papa china que son destinadas a ser materia prima del snack?

De 1 a 3 has.	
De 3 a 5 has	
De 5 a 7 has	
De 7 a 9 has	
Mas de 10 has	

3. ¿ Cuantos quintales por mes produce por hectárea, que son destinadas al snack de papa china?

De 1 a 20 qq	
De 21 a 40 qq	
De 41 a 60 qq	
De 61 a 80 qq	
De 81 a 100 qq	
Mas de 100 qq	

4. ¿Cuál es su capacidad mensual en quintales de producción para la comercialización del snack de papa china procesado de COEMPROPAS?

Menos de 20 qq	
Entre 20 a 50 qq	
Mas de 50 qq	

5. Actualmente cuales son los mercados identificados en los que se esta comercializando el snack de papa china?

Local	
Regional	
Nacional	

6. Conoce usted los medios o formas para iniciar la exportación del snack a otro país?

Mucho	
Un poco	
Casi nada	
Desconoce	

7. Considera usted que, conforme a la capacidad de producción por hectáreas se puede incursionar en la comercialización del snack de papa china a mercados internacionales?

Si podríamos	
No, porque no es igual la producción mensualmente	
Talvez, si nos dan soporte técnico en la comercialización internacional	

8. Al recibir apoyo técnico especializado para la comercialización internacional de la marca es posible posicionar el producto en el mercado Europeo.?

Si, permitiéndonos un crecimiento como Asociación	
Si, siempre y cuando el apoyo técnico sea el adecuado	
No, porque las normas europeas son demasiado estricta	
Talvez, ya que contamos con la producción, infraestructura, maquinaria y herramientas adecuadas.	

9. Conoce usted que la papa china es un producto que tiene una elevada demanda en países como Francia?

Si	
No	
Un poco	

10. Considera que sería factible realizar al exportación del snack a países como Francia, conforme la producción local?

Si	
No	

11. Con la posibilidad de exportar el producto, cuáles serían las oportunidades para los socios de la Corporación?

Incremento de producción de la materia prima	
Apertura a nuevos mercados	
Ampliación de incorporar nuevos productores	
No responden nada	

12. Como socio de la Corporación, cuales considera usted que son sus debilidades para exportar el snack de papa china?

Costos de producción	
Fletes de traslado al puerto de embarque muy excesivos	
Certificaciones sello verde	
Organización interna	
Otras	