



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA POPQUITS DE**  
**LA EMPRESA SUMAK LIFE CIA LTDA, DEL CANTÓN**  
**RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL**  
**MERCADO DE BARCELONA - ESPAÑA**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:  
**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORA:**  
**KATERIN IDALIA BARRENO VALDIVIEZO.**

Riobamba – Ecuador

2021



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR**

## **PROYECTO DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA POPQUITS DE LA EMPRESA SUMAK LIFE CIA LTDA, DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO DE BARCELONA - ESPAÑA**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORA:** KATERIN IDALIA BARRENO VALDIVIEZO.

**DIRECTORA:** DRA. NATALI DEL ROCÍO TORRES PEÑAFIEL

Riobamba – Ecuador

2021

**©2022, Katerin Idalia Barreno Valdiviezo.**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, KATERIN IDALIA BARRENO VALDIVIEZO, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 17 de diciembre del 2021


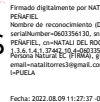

---

**Katerin Idalia Barreno Valdiviezo**

**C.C:060412975-9**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular: Tipo: Investigación, **PROYECTO DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA POPQUT'S DE LA EMPRESA SUMAK LIFE CIA LTDA, DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO DE BARCELONA-ESPAÑA**, realizado por la señorita: **KATERIN IDALIA BARRENO VALDIVIEZO** , ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, El mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Mauro Patricio Andrade Romero <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>MAURO PATRICIO ANDRADE ROMERO</b>	2021-12- 17
Dra. Natali del Rocío Torres Peñafiel. <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	<b>NATALI DEL ROCIOTORRES PEÑAFIEL</b>  Firmado electrónicamente por NATALI DEL ROCIO TORRES PEÑAFIEL. Nombre de reconocimiento (DN): c=EC, serialNumber=+660339430, o=ROCIO TORRES PEÑAFIEL, ou=NATALI DEL ROCIO TORRES PEÑAFIEL, s=JOSÉ FERNANDO LÓPEZ AGUIRRE, #cn=ROCIOTORRES, Périda Natali del Rocío Torres Peñafiel, email=natalitortores@sigmat.com.ec-CHIMBORAZO, 1=PUELA Fecha: 2022.08.09 11:27:37 -0500	2021-12 -17
Ing. José Fernando López Aguirre <b>MIEMBRO DE TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>JOSE FERNANDO LOPEZ AGUIRRE</b>	2021-12- 17

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios por darme la vida y estar siempre conmigo cuidándome y llenándome de bendiciones, agradecer a mi querida madre Rosaura por ser la guía y la persona incondicional que siempre estuvo y estará conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida, a mi amado padre Fausto por ser mi ejemplo de sacrificio, trabajo, honestidad y perseverancia para alcanzar mis metas y ser una persona de bien, a mi hermana Wendy por su apoyo incondicional.

Katerin .

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería en Finanzas y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, a la Dra. Natali del Roció Torres Peñafiel, directora de Tesis, al Ing. José Fernando López Aguirre. Miembro del Tribunal de Tesis, y a cada uno de los docentes que me han impartido conocimientos que se ven reflejados en el presente proyecto.

A Dios por haberme permitido culminar mis estudios, dándome la fortaleza, sabiduría y perseverancia en mi formación académica, personal y ahora profesional.

Katerin.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
INDICE DE GRAFICOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1.</b>	<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA REFERENCIAL.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1.</b>	<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.</b>	<b>Formulación del problema .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3.</b>	<b>Sistematización del problema.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4.</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>3</b>
<b>141</b>	<i>General .....</i>	<i>3</i>
<b>142</b>	<i>Específicos .....</i>	<i>3</i>
<b>1.5.</b>	<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>151</b>	<i>Justificación Teórica.....</i>	<i>4</i>
<b>152</b>	<i>Justificación Metodológica .....</i>	<i>5</i>
<b>153</b>	<i>Justificación Práctica.....</i>	<i>5</i>
<b>1.6.</b>	<b>Antecedentes de investigación.....</b>	<b>5</b>
<b>1.7.</b>	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
<b>171</b>	<i>Definición de proyecto .....</i>	<i>5</i>
<b>172</b>	<i>Elementos de un proyecto .....</i>	<i>6</i>
<b>173</b>	<i>Tipos de proyecto .....</i>	<i>6</i>
<b>1.7.3.1.</b>	<i>Proyectos sociales.....</i>	<i>6</i>
<b>1.7.3.2.</b>	<i>Proyectos de inversión.....</i>	<i>6</i>
<b>174</b>	<i>Exportación .....</i>	<i>7</i>
<b>1.7.4.1.</b>	<i>Régimen de exportación.....</i>	<i>7</i>
<b>1.7.4.2.</b>	<i>Normativa vigente .....</i>	<i>7</i>
<b>1.7.4.3.</b>	<i>Regímenes de transformación .....</i>	<i>8</i>
<b>175</b>	<i>Proceso de exportación .....</i>	<i>8</i>



<b>176</b>	<b><i>Proyecto de exportación</i></b> .....	<b>9</b>
<b>177.</b>	<b><i>Modelos de proyectos de exportación</i></b> .....	<b>11</b>
<b>178</b>	<b><i>Métodos de evaluación financiera</i></b> .....	<b>12</b>
1.7.8.1.	<i>Valor actual neto</i> .....	12
1.7.8.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	13
1.7.8.3.	<i>Período de recuperación de la inversión</i> .....	13
1.7.8.4.	<i>Relación beneficio costo</i> .....	13
<b>179.</b>	<b><i>La quinua en el Ecuador</i></b> .....	<b>13</b>
<b>1710.</b>	<b><i>Principales productores de quinua en Ecuador</i></b> .....	<b>15</b>
<b>1711.</b>	<b><i>Incoterms</i></b> .....	<b>15</b>
<b>1712</b>	<b><i>Reglamentación técnica ecuatoriana</i></b> .....	<b>17</b>
<b>1.8.</b>	<b>MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>17</b>
<b>181</b>	<b><i>Acuerdo comercial</i></b> .....	<b>17</b>
<b>182</b>	<b><i>Acuerdo multipartes</i></b> .....	<b>18</b>
<b>183</b>	<b><i>Aduana</i></b> .....	<b>19</b>
<b>184</b>	<b><i>Arancel</i></b> .....	<b>19</b>
<b>185</b>	<b><i>Aforo</i></b> .....	<b>19</b>
<b>186</b>	<b><i>Bill Of Lading (B/L)</i></b> .....	<b>19</b>
<b>187.</b>	<b><i>Consolidación</i></b> .....	<b>19</b>
<b>188</b>	<b><i>Conocimiento de Embarque</i></b> .....	<b>19</b>
<b>189.</b>	<b><i>Certificado de origen</i></b> .....	<b>20</b>
<b>1810</b>	<b><i>Declaración aduanera de exportación</i></b> .....	<b>20</b>
<b>1811.</b>	<b><i>Definición de Mercado</i></b> .....	<b>20</b>
<b>1812</b>	<b><i>Demanda</i></b> .....	<b>20</b>
<b>1813</b>	<b><i>Oferta</i></b> .....	<b>21</b>
<b>1814</b>	<b><i>Rentabilidad</i></b> .....	<b>21</b>
<b>1815</b>	<b><i>Viabilidad</i></b> .....	<b>21</b>
<b>1.9.</b>	<b>IDEA POR DEFENDER</b> .....	<b>21</b>

## **CAPÍTULO II**

<b>2.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>22</b>
<b>2.1.</b>	<b>Enfoque de investigación</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.</b>	<b>Nivel de investigación</b> .....	<b>22</b>

221.	<i>Investigación exploratoria</i> .....	22
222.	<i>Investigación descriptiva</i> .....	22
223.	<i>Investigación documental</i> .....	23
2.3.	<b>Diseño de investigación</b> .....	23
2.4.	<b>Tipo de estudio</b> .....	23
2.5.	<b>Población y muestra</b> .....	23
2.6.	<b>MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	24

### CAPÍTULO III

3.	<b>DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	27
3.1.	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	27
3.1.1.	<i>Encuesta personal de la empresa Sumak Life del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo</i> .....	27
3.1.2.	<i>Entrevista a la máxima autoridad de la empresa Productos Orgánicos Chimborazo “Sumak Life” Cía. Ltda</i> .....	31
3.1.3.	<i>Observación aplicada al proceso de exportación de la empresa Sumak Life</i> .....	33
3.2.	<b>Comprobación de las Interrogantes de Estudio</b> .....	34
3.3.	<b>VERIFICACION DE LA IDEA A DEFENDER</b> .....	34
3.4	<b>TÍTULO</b> .....	35
3.5	<b>GENERALIDADES DE LA EMPRESA</b> .....	36
3.5.1.	<i>Antecedentes</i> .....	37
3.5.2.	<i>Misión y visión</i> .....	38
3.5.3.	<i>Valores Corporativos</i> .....	40
3.5.4.	<i>Objetivos de la empresa</i> .....	41
3.5.5.	<i>Estructura Organizacional</i> .....	41
3.5.6.	<i>Productos</i> .....	42
3.6.	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	43
3.6.1.	<i>Tamaño y Localización de Sumak Life</i> .....	43
3.6.1.1.	<i>Tamaño</i> .....	43
3.6.1.2.	<i>Localización</i> .....	43
3.6.2.	<i>Distribución de la planta</i> .....	44
3.6.3.	<i>Proceso de Producto</i> .....	45p
3.6.4.	<i>El proceso de exportación</i> .....	46

3.6.5.	<i>Estudio De Mercado</i> .....	47
3.7.	<b>SELECCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR</b> .....	51
3.7.1.	<i>Quinua</i> .....	51
3.7.1.1.	<i>Descripción del producto</i> .....	52
3.7.1.2.	<i>Envase, empaque y etiqueta</i> .....	56
3.7.2.	<i>Precio del producto</i> .....	58
3.7.2.	<i>Marketing</i> .....	58
3.8.	<b>NEGOCIACIÓN</b> .....	60
3.8.1.	<i>Incoterms</i> .....	60
3.8.1.1.	<i>Responsabilidad del vendedor</i> .....	62
3.8.1.2.	<i>Responsabilidades del comprador</i> .....	62
3.8.1.3.	<i>Régimen de exportación</i> .....	62
3.8.1.4.	<i>Clasificación arancelaria</i> .....	62
3.8.2.	<i>Logística</i> .....	63
3.8.3.	<i>Transporte y seguro en el país de origen</i> .....	64
3.8.4.	<i>Agentes aduaneros</i> .....	65
3.8.5.	<i>Flete internacional</i> .....	66
3.8.6.	<i>Empresas que se encargan del transporte marítimo en Ecuador</i> .....	66
3.8.7.	<i>Tipos de buques de carga que pueden emplearse</i> .....	66
3.8.8.	<i>Seguro internacional para el transporte de mercancía</i> .....	68
3.9.	<b>FORMA DE PAGO</b> .....	69
3.10.	<b>REGISTRARSE COMO EXPORTADOR</b> .....	70
3.10.1.	<i>Tramites de exportación</i> .....	72
3.11.	<b>CERTIFICADO FITOSANITARIO</b> .....	75
3.11.1.	<i>Certificado Orgánico BSC</i> .....	77
3.12.	<b>CERTIFICACIÓN DE ORIGEN</b> .....	77
3.13.	<b>ESTUDIO ECONÓMICO</b> .....	78
3.13.1.	<i>Capital de trabajo</i> .....	78
3.13.2.	<i>Mano de obra directa</i> .....	79
3.13.3.	<i>Mano de obra indirecta</i> .....	80
3.13.4.	<i>Materia prima directa</i> .....	80
3.13.5.	<i>Otros Costos Indirectos</i> .....	81
3.13.6.	<i>Gastos de administración</i> .....	83
3.13.7.	<i>Otros gastos administrativos</i> .....	84
3.13.8.	<i>Costos de exportación</i> .....	84

3.13.9. <i>Punto de equilibrio</i> .....	84
3.13.10. <i>Flujo neto de efectivo</i> .....	85
3.14. <b>Evaluación financiera del proyecto</b> .....	87
3.14.1. <i>Valor actual Neto</i> .....	87
3.14.2. <i>Tasa Interna de Retorno</i> .....	87
3.14.3. <i>PAY-BACK</i> .....	88
<b>CONCLUSIONES</b> .....	89
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	90
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1-3.</b>	EXISTENCIA DE UN INSTRUMENTO ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES .....	27
<b>TABLA 2-3.</b>	EXISTENCIA DE ESTÁNDARES NECESARIOS PARA LA EXPORTACIÓN .....	28
<b>TABLA 3-3.</b>	ASPECTOS NECESARIOS PARA EL PROCESO DE EXPORTACIÓN .....	29
<b>TABLA 4-3.</b>	LA EXPORTACIÓN HACIA BARCELONA CONTRIBUIRÁ A LA APERTURA DEL MERCADO DE LA UE.....	30
<b>TABLA 5-3:</b>	DATOS GENERALES DE LA EMPRESA SUMAK LIFE .....	36
<b>TABLA 7-3:</b>	INFORMACIÓN NUTRICIONAL .....	57
<b>TABLA 8-3.</b>	PRECIO DEL PRODUCTO EN FÁBRICA .....	58
<b>TABLA 9 -3.</b>	POSIBLES CLIENTES .....	58
<b>TABLA 10-3.</b>	MODELO DE PÁGINA WEB.....	59
<b>TABLA 11 -3.</b>	MODELO DE CATÁLOGO ELECTRÓNICO .....	60
<b>TABLA 12 -3.</b>	CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.....	62
<b>TABLA 13-3.</b>	PALETIZAJE.....	68
<b>TABLA 14-3.</b>	CERTIFICACIONES DE BSC.....	77
<b>TABLA 15 -3.</b>	CAPITAL DE TRABAJO.....	79
<b>TABLA 16 -3.</b>	MANO DE OBRA DIRECTA .....	79
<b>TABLA 17 -3.</b>	MANO DE OBRA INDIRECTA.....	80
<b>TABLA 18 -3.</b>	PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA .....	80
<b>TABLA 19 -3.</b>	COSTOS MATERIA PRIMA DIRECTA.....	81
<b>TABLA 20 -3.</b>	OTROS COSTOS INDIRECTOS .....	81
<b>TABLA 21 -3.</b>	GASTOS REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS .....	83
<b>TABLA 22 -3.</b>	PROYECCIÓN GASTOS REMUNERACIONES ADMINISTRATIVAS.....	83
<b>TABLA 23 -3.</b>	COSTOS DE EXPORTACIÓN .....	84
<b>TABLA 24 -3.</b>	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	84
<b>TABLA 25 -3.</b>	FLUJO NETO DE EFECTIVO.....	86
<b>TABLA 26 –3.</b>	CÁLCULO DEL VAN .....	87
<b>TABLA 27 -3.</b>	CÁLCULO DEL TIR .....	88
<b>TABLA 28 -3.</b>	PAY-BACK.....	88

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA 1-1:</b> PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE QUINUA	
2015 .....	15
<b>FIGURA 2-3:</b> PROYECTO DE EXPORTACIÓN .....	36
<b>FIGURA 3-3:</b> SUMAK LIFE ISOLOGO .....	37
<b>FIGURA 4-3:</b> MISIÓN .....	38
<b>FIGURA 5-3:</b> VISIÓN .....	38
<b>FIGURA 6-3:</b> VALORES EMPRESARIALES .....	40
<b>FIGURA 7-3:</b> ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	41
<b>FIGURA 8-3:</b> PRODUCTOS DE LA EMPRESA SUMAK LIFE .....	42
<b>FIGURA 9-1:</b> MACRO LOCALIZACIÓN .....	43
<b>FIGURA 10-3:</b> MICRO LOCALIZACIÓN .....	44
<b>FIGURA 11-3:</b> DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA SUMAK LIFE .....	45
<b>FIGURA 12-3:</b> PROCESO DE PRODUCCIÓN SUMAK LIFE .....	46
<b>FIGURA 13-3:</b> PROCESO DE EXPORTACIÓN SUMAK LIFE .....	47
<b>FIGURA 14-3:</b> FICHA TÉCNICA DE ESPAÑA .....	48
<b>FIGURA 15-3:</b> INGREDIENTES DE CADA UNO DE LOS PRODUCTOS .....	52
<b>FIGURA 16-3:</b> GRANOLA DE QUINUA CON PANELA POPQUI'S .....	53
<b>FIGURA 17-3:</b> QUINUA EXPANDIDA .....	53
<b>FIGURA 18-3:</b> CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO A EXPORTAR .....	54
<b>FIGURA 19-3:</b> BENEFICIOS DE LA QUINUA .....	55
<b>FIGURA 20-3:</b> MODELO DE EMPAQUE .....	56
<b>FIGURA 21-3:</b> TIPOS DE INCOTERMS .....	61
<b>FIGURA 22-3:</b> PROCESO DE EXPORTACIÓN .....	63
<b>FIGURA 23-3:</b> PROVEEDORES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS .....	65
<b>FIGURA 24-3:</b> CONTENEDOR .....	67
<b>FIGURA 25-3:</b> PUERTOS .....	68
<b>FIGURA 26-3:</b> SOLICITUD FORMULARIO DE FIRMA ELECTRÓNICA .....	70
<b>FIGURA 27-3:</b> LLAVE DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA .....	71
<b>FIGURA 28-3:</b> PORTAL ECUAPASS .....	72
<b>FIGURA 29-3:</b> FACTURA COMERCIAL .....	74
<b>FIGURA 30.1:</b> BILL OF LADING .....	75
<b>FIGURA 31-3:</b> CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN .....	76
<b>FIGURA 32-3:</b> CERTIFICADO DE ORIGEN DE EXPORTACIÓN .....	78
<b>FIGURA 33-3:</b> PUNTO DE EQUILIBRIO .....	85

## INDICE DE GRAFICOS

<b>GRÁFICA 1- 3:</b>	EXISTENCIA DE UN INSTRUMENTO ADMINISTRATIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES .....	27
<b>GRÁFICA 2- 3:</b>	EXISTENCIA DE ESTÁNDARES NECESARIOS PARA LA EXPORTACIÓN .....	28
<b>GRÁFICA 3- 3:</b>	ASPECTOS NECESARIOS PARA EL PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	29
<b>GRÁFICA 4-3:</b>	LA EXPORTACIÓN HACIA BARCELONA CONTRIBUIRÁ A LA APERTURA DEL MERCADO DE LA UE .....	30

## RESUMEN

El objetivo planteado dentro de esta investigación fue el diseño de un proyecto de exportación para la línea de productos POPQUI'S de la empresa Sumak Life Cía. Ltda. del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona, España; buscando mejorar la rentabilidad a través de un proceso de comercialización ágil. Es importante mencionar que la exportación de un producto ecuatoriano a cualquier parte del mundo conlleva establecer procesos de manufactura óptimos para garantizar la calidad del producto. La metodología de investigación empleada fue no experimental, el tipo descriptiva con los métodos inductivo y deductivo sustentados en técnicas e instrumentos de investigación para recabar datos necesarios para el proyecto de investigación. En la propuesta se realizó una investigación de mercado para conocer las preferencias de los consumidores en la ciudad de Barcelona, definiéndose los puntos clave para el ingreso del producto, se estableció los pasos necesarios para un proceso eficiente desde la negociación, requisitos sanitarios y otros de vital importancia para el ingreso al mercado europeo, tipos de medios de transporte, envases y embalajes necesarios. En conclusión, referente a la viabilidad de exportación de la línea de productos POPQUI'S, tuvo una amplia demanda en Barcelona España, por las características de los productos y los consumidores, en lo referente a la evaluación financiera del proyecto de exportación, se indica que el proyecto refleja una factibilidad en su ejecución, considerando el Pay-back va ser en 5 meses 27 días, siendo atractivo para cualquier inversionista.

**Palabras claves:** <PROYECTO DE EXPORTACIÓN>, <SUMAK LIFE>, <INCONTERMS>, <RENTABILIDAD>, <ANÁLISIS DE RIESGO>.

26-07-2022

1626-DBRA-UTP-2022




## ABSTRACT

The research aimed at the design of an export project for the POPQUI's product line of Sumak Life Cía. Ltda. from Riobamba, province of Chimborazo, to the market of Barcelona, Spain, seeking to improve profitability through an agile commercialization process. It is important to mention that exporting an Ecuadorian product to any part of the world entails establishing optimal manufacturing processes to guarantee the quality of the product. The research method used was non-experimental and descriptive, with inductive and deductive methods based on research techniques and instruments to collect the data for the research project. In the proposal, market research was carried out to know the preferences of consumers in the city of Barcelona, defining the key points for the entry of the product, establishing the steps for an efficient process from the negotiation, sanitary requirements, and others of vital importance for the entry to the European market, such as types of transport, containers, and packaging needed. Regarding the export feasibility of the POPQUI's product line, it had a wide demand in Barcelona, Spain because of the products characteristics and the consumers. Regarding the financial evaluation of the export project, it is showed that the project reflects feasibility in its execution, considering the pay-back will be in 5 months and 27 days, being attractive for any investor.

**Keywords:** <EXPORT PROJECT>, <SUMAK LIFE>, <INCONTERMS>, <PROFITABILITY>, <RISK ANALYSIS>.

LEONARDO  
EFRAIN CABEZAS  
AREVALO



Firmado digitalmente  
por LEONARDO  
EFRAIN CABEZAS  
AREVALO

Lic. Leonardo E. Cabezas

A.0601880420

26-07-2022

1626-DBRA-UTP-2022

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de titulación su tema es el diseño de un proyecto de exportación para la línea de productos POPQUI'S, de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona – España, debido a que existen inconvenientes en el proceso de negociación y la presentación de los requisitos para el ingreso en otro mercado.

En el capítulo I, se definieron los problemas en los cuales se originaron el tema. se establecieron los objetivos, justificativos, antecedentes y fundamentos teóricos en lo que se sustenta el tema propuesto.

En lo referente al marco metodología de investigación se definió que es un proceso no experimental, apoyado en el tipo exploratorio, descriptiva y documental, relacionados con los métodos inductivos deductivos y sistemáticos analíticos sustentados en técnicas e instrumentos de investigación para recabar datos para el desarrollo del proyecto de investigación.

En el tercer capítulo discusión y análisis de los resultados, se presenta los resultados de la encuesta, posteriormente se elaboraron cada uno de los elementos del proyecto de exportación, partiendo de la definición del producto incluyendo sus características, posteriormente se realizó el estudio técnico, negociación según los incoterms, certificaciones necesarias para la exportación y estudio financiero para establecer la viabilidad del mismo. Finalmente se generaron las conclusiones y recomendaciones donde se definan los principales hechos que se han generado en el trabajo de titulación.

## CAPÍTULO I

### 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA REFERENCIAL

#### 1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, el sector agroindustrial se ha convertido en el motor no petrolero de la economía del país, así como un gran demandante de mano de obra. La contribución de este sector económico en la economía nacional ha sido determinante para el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB); ocupando más de un 25% de las exportaciones e importaciones totales en los últimos años (Baquero, 2010).

Un problema evidente e importante de este sector económico es la falta de manejo en los procesos de exportación de sus productos terminados. Proyecto de exportación que es una función operativa que comprende todos los procesos necesarios para la administración estratégica y almacenamiento de los recursos utilizados en el proceso productivo, desde materia prima hasta los productos terminados, de tal manera que estos se presenten en momento adecuado.

En la zona centro del país, específicamente en la provincia de Chimborazo existen diversas empresas agroindustriales en crecimiento y con un futuro prometedor para las exportaciones, la gran mayoría de estas empresas no poseen los conocimientos necesarios sobre los procesos a seguir para lograr un proceso de exportación eficiente, esto debido a que no poseen proyectos de exportación bien definidos, lo cual ocasiona un mal manejo de sus recursos tanto materiales, económicos y humanos, impidiendo así tener una rentabilidad óptima.

La empresa Sumak Life Cía. Ltda. Se dedica al acondicionamiento post-cosecha, procesamiento y comercialización de quinua y sus derivados, así también té de hierbas a nivel nacional e internacional, sin embargo, la manera de realizar sus procesos de exportación es de manera empírica, debido a que no cuentan con herramientas de planificación estratégica como lo es la cadena de valor, la cual permita describir las diversas actividades que la empresa realiza en su proceso productivo y de comercialización. Así como conocer los costos de cada actividad hacia la ventaja competitiva, con vistas a ofrecer mayor valor a los clientes. A todo esto, se le suma la falta de una cadena logística que aporte con un proceso de exportación claro y conciso, compuesto por un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí, con la finalidad de conseguir la eficiencia, reducir los tiempos de ciclo, optimizar los recursos, reducir costos y finalmente, pero también fundamental, conseguir la satisfacción del cliente. El no contar con un proyecto de exportación, ocasiona que se presente problemas en el desarrollo de las actividades de comercialización y exportación de sus productos terminados, una deficiente optimización de recursos empleados en el proceso productivo, ocasionando pérdidas económicas para la empresa. Además, la falta de procesos claros a seguir para obtener un apropiado sistema de exportación origina la falta de

estrategias funcionales, las cuales permitan mantener a la empresa en el mercado competitivo existente a nivel internacional.

Debido a los motivos antes mencionados es imperante la elaboración de un proyecto de exportación para la empresa Sumak Life Cía. Ltda., puesto que este aportará con una mejor planificación de los procesos de comercialización de la empresa, aprovechando así las ventajas que pueda proporcionar el mercado internacional.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo incide el diseño de un proyecto de exportación en la comercialización de la línea de productos POPQUI'S en la empresa Sumak Life Cía. Ltda., del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona - España?

## **1.3. Sistematización del problema**

- ¿De qué manera la empresa Sumak Life Cía. Ltda. identificará las oportunidades comerciales en el mercado español?
- ¿Cómo la podrá exportar la línea de POPQUI'S de la empresa Sumak Life Cía. Ltda. al mercado de Barcelona - España?
- ¿De qué modo empresa Sumak Life Cía. Ltda. alcanzará los estándares exportables para la línea de productos POPQUI'S en un mercado exigente como es el de Barcelona– España?

## **1.4. OBJETIVOS**

### ***1.4.1. General***

Diseñar un proyecto de exportación para la línea de productos POPQUI'S, de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona– España que agilite el proceso de comercialización y mejore su rentabilidad.

### ***1.4.2. Específicos***

- Fundamentar teóricamente las variables objeto de estudio de la presente investigación a través de la bibliografía especializada y básica.

- Conocer la situación actual de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., a través de la aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas de la investigación para determinar el diagnóstico situacional.
- Determinar la viabilidad de exportación de la línea de productos POPQUI'S, de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona – España, mediante el desarrollo del estudio de mercado, técnicos y financiero.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

### ***1.5.1. Justificación Teórica***

El presente trabajo de investigación es de mucha importancia puesto que en el país existe un sector agroindustrial en crecimiento, que de acuerdo con un estudio realizado por Pro Ecuador (2017), las exportaciones ecuatorianas se han recuperado en los últimos años, obteniendo un crecimiento económico del 16,56%, existiendo un futuro prometedor para las exportaciones ecuatorianas, debiendo aprovecharlo mediante la implementación o elaboración de planes logísticos de exportación, los cuales permitan hacer un uso óptimo de los recursos de las empresas agroindustriales.

Esta investigación se centra en la elaboración de un proyecto de exportación para la línea de productos POPQUI'S de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; mismo que contribuirá con: una mejor planificación en el proceso de exportación, a determinar técnicas necesarias, los requisitos a cumplir para que sus productos terminados puedan ser exportados de manera eficiente y dentro de los parámetros de exportación pre establecidos, a la vez que la empresa pueda generar mayores ingresos, mejorando así su rentabilidad.

Procesos de exportación a seguir de vital importancia para la organización debido a que permitirán evaluar el potencial de exportación del producto, identificar mercados extranjeros, evaluar opciones de distribución y promoción del producto, así mismo establecer un sistema de distribución en el extranjero, determinar precios de exportación, condiciones de pago, métodos y técnicas; además, familiarizarse con los métodos de exportación, procesos para la exportación, financiación y otros requisitos.

Con la presente investigación se diseñó un proyecto de exportación para la empresa Sumak Life Cía. Ltda., mismo que permitirá reestructurar el proceso de exportación de la línea POPQUI'S, con la finalidad de optimizar los recursos empleados por la organización en el proceso de exportación, de esta manera fortalecer el desarrollo de esta.

### ***1.5.2. Justificación Metodológica***

Para ejecutar este proyecto de investigación se va a basar en los siguientes métodos de investigación: Inductivo – Deductivo; Analítico – Sistemático, Por lo que era necesario obtener una gran cantidad de información referida, principalmente de la actividad del mercado español específicamente, de Barcelona España.

### ***1.5.3. Justificación Práctica***

Para la presente investigación se tendrá acceso a toda la información necesaria para la elaboración del proyecto de exportación, puesto que la empresa tiene toda la predisposición de colaborar y participar activamente en el proceso de la presente investigación.

La investigación es factible debido a que existen libros, textos, internet, entre otros, los cuales serían de guía y apoyo para la elaboración del proyecto de exportación para la línea de productos POPQUI'S de la empresa Sumak Life Cía. Ltda.

Los beneficiarios directos de la presente investigación son todas las personas involucradas con la empresa Sumak Life Cía. Ltda., como lo son sus socios, clientes internos y externos, puesto que se aportará con el desarrollo de la empresa, apoyando también al desarrollo del sector agroindustrial del Ecuador.

## **1.6. Antecedentes de investigación**

Según Alarcón & Fuentes (2016) en su trabajo de titulación “Proyecto de exportación de fideo de quinua orgánica, de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo, para incrementar la línea de producción hacia el mercado de Paris - Francia en el periodo 2015”.

## **1.7. MARCO TEÓRICO**

### ***1.7.1. Definición de proyecto***

Según (Tenutto, 2004), un proyecto “es un plan que anticipa, de algún modo la acción”; es decir que, al momento de realizar un proyecto, es necesario establecer estrategias que no solo ayuden a la elaboración de dicho proyecto, sino que también ayuden a predecir posibles problemas que se vayan presentando a lo largo de la correcta culminación del mismo.

Por otro lado (Rosales, 2022), define proyecto como “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana”; es decir, quien realiza el proyecto se debe ejecutar un plan, que le permita solucionar el problema más relevante en el que se encuentra sumergido, ya que puede resultar una perfecta solución a dicho problema utilizando tecnología y así lograrlo de una manera más eficiente.

### ***1.7.2. Elementos de un proyecto***

- Logro de unos objetivos o resultados.
- Actividades y/o plan de trabajo.
- Recursos o elementos necesarios.
- Tiempo.
- Coste y recursos financieros.
- Intención de modificar algo: resolución de un problema, cobertura de necesidades (Iñigo & Berasategi, 2010).

### ***1.7.3. Tipos de proyecto***

#### ***1.7.3.1. Proyectos sociales***

Su único fin es mejorar la calidad de vida de una comunidad en sus necesidades básicas como salud, educación, empleo y vivienda. El proyecto pronostica y orienta una serie de actividades para conseguir unos determinados objetivos. Debe contener una descripción de lo que quiere conseguir, debe ser adaptado al entorno en que se piensa desarrollar, los recursos necesarios para desarrollarlo y el cronograma en el que se establece el plazo de su ejecución.

#### ***1.7.3.2. Proyectos de inversión***

Están relacionadas con la empresa y la parte comercial los hay de varias clases: Inversión privada: consiste en crear un plan que permita obtener una rentabilidad económica a partir de la inversión de un capital. Inversión pública: El estado invierte recursos para lograr el bienestar social de una comunidad a la vez que beneficio económico. Inversión social: Se busca invertir bienes en el desarrollo exclusivamente social sin esperar remuneración económica, sino que los beneficios permanezcan después de acabado el proyecto.

Proyectos de investigación. - Tiene relaciones con la teoría existente en el tema y a su vez con el mundo empírico, de esta forma se planea lo que se pretende investigar. Sus partes son:

planteamiento o formulación del problema, antecedentes, importancia o justificación del estudio, elementos teóricos que fundamenten la investigación, objetivos (generales y específicos), metodología, esquema o plan de trabajo, cronograma y referencias (Luna Cruz, 2012).

#### **1.7.4. Exportación**

“Desde un punto de vista comercial se entiende por tal la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva. Una exportación es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional” (Arman, 2008).

Una exportación es enviar cualquier bien o servicio fuera del territorio nacional. La exportación es el comercio legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

- Regímenes de exportación
- Regímenes de no transformación
- Exportación definitiva

##### **1.7.4.1. Régimen de exportación**

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

##### **1.7.4.2. 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.

##### **Exportación temporal para reimportación en el mismo estado (Régimen 50)**

Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación (Art. 159 del Reglamento al Copci).



**Plazo:** La reimportación de las mercancías exportadas bajo este régimen deberá realizarse, dentro del plazo máximo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior, con excepción de las mercancías nacionales o nacionalizadas destinadas a la ejecución de obras o prestación de servicios, las que podrán permanecer en el exterior hasta noventa días después de la finalización del respectivo contrato u obra (Art. 161 del Reglamento al Copci).

#### *1.7.4.3. Regímenes de transformación*

##### **Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51)**

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación (Art. 164 del Reglamento al Copci).

**Condiciones:** El régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo se podrá autorizar para el cumplimiento, en el exterior, de alguno de estos fines: a) La reparación de mercancías, incluidas su restauración o acondicionamiento; b) La transformación de las mercancías; y, c) La elaboración de las mercancías, incluidos su montaje, incorporación.

**Plazo:** La reimportación de las mercancías exportadas temporalmente deberá realizarse, incluyendo las prórrogas, dentro del plazo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior. (Art. 167 del Reglamento al Copci) (SENAE, Aduana del Ecuador, 2011).

#### *1.7.5. Proceso de exportación*

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

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

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

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

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

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Es preciso indicar que, en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga corroborándola con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE (SENAE, 2017).

### ***1.7.6. Proyecto de exportación***

Según (Marquez, 2010), el plan o proyecto de exportación es la guía o documento que le muestra al empresario hacia dónde debe dirigir su esfuerzo exportador, y cómo competir con sus productos y servicios en el mercado internacional a fin de lograr el éxito (exportaciones seguras, en incremento y rentables).

Un proyecto de exportación es la recaudación, registro y análisis metódico de información concerniente con la actividad de transferencia de bienes y/o servicios del fabricante a los mercados del exterior que pretende alcanzar. Ya que si el producto es aceptado y reúne los requisitos mínimos que exige el consumidor extranjero será posible la comercialización a mayor escala.

#### ***1.7.6.1. Características de un proyecto de exportación***

Según la (Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas, 2009), las características que debe poseer un proyecto de exportación son:

- Favorece el proceso de internacionalización de la empresa frente a la aceleración y dinamismo del comercio mundial: La formulación de estrategias es un factor clave para aprovechar las oportunidades comerciales, reducir los riesgos inherentes al proceso de la gestión de exportación frente a las barreras de entrada-salida de un mercado o segmento.
- Compromiso y sinergia organizacional: Compromiso de actuación por parte de todos los niveles según la estructura funcional u organizativa de la empresa, de tal manera que todos sus integrantes se comprometen con el proceso y concentren su atención en las estrategias y objetivos de la organización.
- Concienciación y motivación: Si bien es cierto existen reacciones diversas y en ocasiones adversas, cuando se hace referencia a la elaboración de un proyecto de exportación, lo primero que habría que aclarar que este no debe ser un obstáculo sino más bien una oportunidad, en la medida que le permitirá a la compañía comprender a la competencia.
- Mejora continua: Dado el dinamismo del comercio internacional y la búsqueda incesante de la competitividad internacional el plan de exportación debe ser flexible en cuanto debe estar sujeto a revisión, correcciones, ajustes, seguimiento y evaluación.
- Ámbito de aplicación: El procedimiento para la elaboración del plan de exportación es genérico, ya que a que puede ser validado o acreditarse como una metodología, sin embargo, los resultados de un plan de exportación son específicos, es decir, no debe utilizarse un plan de exportación específico para insertarse de la misma forma en mercados o segmentos distintos.
- Identificación de problemas y oportunidades (DAFO): Cuando se formula el plan de exportación, los objetivos y estrategias surgen directamente de los problemas y oportunidades comerciales. Los problemas se centran en las limitaciones de la empresa a nivel interno, así como de su entorno a nivel externo. Las oportunidades tienen su origen en las fuerzas o circunstancias positivas. Ni los problemas ni las oportunidades muestran lo que debe hacerse, sino que señalan áreas que requieren atención
- Es una inversión: Dadas sus implicaciones y alcances en el corto, mediano y especialmente el largo plazo, debe ser considerado no como un costo sino más bien una inversión que deparará sus frutos de forma sostenible en el tiempo.

#### *1.7.6.2. Elementos de un proyecto de exportación*

De acuerdo con la estructura del plan de exportación, los principales componentes del plan son los siguientes:

- El análisis del mercado

- El análisis de competitividad de la empresa
- Procedimientos de logística y trámites de exportación

### ***1.7.7. Modelos de proyectos de exportación***

Según (Barragán, 2016), en su tesis de pregrado cita el modelo de etapas de la distribución física internacional, a continuación, se detalla las etapas a seguir:

- 1.- Análisis De La Carga
- 2.- Preparación Empaque y Embalaje.
- 3.- Selección Del Medio De Transporte.
- 4.- Costos.
- 5.- Documentación.

Según (Ponce, 2011), las etapas o pasos a seguir para un correcto proceso de exportación el cual se aplicará en la presente investigación son los siguientes:

#### **Etapa 1.** Análisis de la empresa.

Cuando queremos aventurarnos en el proceso de exportación se hace necesario ir identificando cada uno de los elementos integradores de la organización. En la primera fase se debe decidir quién debe desarrollar el proyecto y con qué recursos cuenta.

Para iniciar con el plan de negocios de exportación es necesario que usted presente primero su compañía, es decir elaborar una hoja con los aspectos más importantes de su historia comercial, en ella plasmará su identidad jurídica, su tamaño, el tiempo que tiene en el mercado, el giro, el tipo de operaciones que realiza, los logros alcanzados y todos los aspectos que considere relevantes, no olvide incluir la macro y la micro localización.

#### **Etapa 2.** Análisis del producto.

Para nuestro proyecto es necesario seleccionar productos en función de los requisitos para que sean exportables. Deben ser rentables, competitivos y existir dentro de su empresa capacidad de producción, además de una creciente demanda de este en el mercado.

Una vez seleccionados es necesario describirlos en sus características esenciales y técnicas con el fin de clasificarlos en el sistema armonizado (casi todos los países desarrollados y muchos en vías de desarrollo utilizan este sistema).

#### **Etapa 3.** Selección del Mercado

El mercado internacional lo compone el conjunto de posibles compradores situados en cualquier parte del globo terráqueo sin embargo tenemos que recordar que no es homogéneo, hay diferencias significativas entre los posibles clientes de las diversas regiones y países, con cultura, nivel de desarrollo, medio ambiente, estructuras sociales, políticas y normatividad. Por lo tanto, deberá

conocer la situación del ámbito global identificando principales países exportadores, importadores y consumidores.

En esta parte de la investigación tendrá que seleccionar su país o región meta e identificar las características de sus clientes y segmentar, elaborando el perfil del consumidor con sus gustos y preferencias.

Finalmente tendrá que conocer las llamadas restricciones o regulaciones que pueden ser arancelarias y no arancelarias como permisos, precios oficiales, normas de calidad, etiquetado, normas técnicas, etc.

#### **Etapa 4.** Logística

La gestión de la función logística controla todas las actividades existentes en la cadena “cliente – proveedor”, aquí se incluyen las siguientes acciones: compras, transporte, inventarios, despacho aduanero, contratos, negociación, documentos y trámites, distribución, procesos y pedidos, nivel de servicio al cliente, así como la planificación y control de todas estas actividades.

#### **Etapa 5.** Finanzas

En el inicio de todo proyecto uno de los temas que más interesan al exportador es conocer el monto de la inversión, pero, sobre todo, cuál será la ganancia que obtendrá de este negocio. Es importante entonces resolver algunas interrogantes como: ¿cuánto voy a ganar? ¿Cuánto necesito invertir? ¿Cuento con el capital necesario o requiero financiamiento? ¿Cuándo recuperaré la inversión?

Para responder a esto una vez terminados los estudios de mercado, logísticos y técnicos, se determina la rentabilidad económico-financiera. Si una vez realizado nuestro análisis no se presentan los resultados deseados será importante regresar a revisar los costos de producción o los costos de distribución.

Los pasos y procesos que se va a utilizar en esta investigación son los que me menciona según Ponce son los más coherentes para una mejor propuesta de trabajo.

### ***1.7.8. Métodos de evaluación financiera***

#### ***1.7.8.1. Valor actual neto***

Es la evaluación de los flujos de fondos en términos de sus valores en el tiempo. El valor actual neto “VAN”, conocido también como el valor presente neto “VPN”, compara a todos los ingresos y egresos en un solo momento del tiempo. Permite conocer la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto.

El valor actual neto de una inversión corresponde al flujo neto de efectivo (FNE) actualizado, con una determinada tasa de descuento, la misma que tendrá un valor que puede ser calculada en función a la Tasa Activa y a la inflación que determina el banco central de Ecuador.

Para el cálculo del VAN, es necesario precisar el Flujo Neto del Efectivo, puede ser constante anualmente o diferente; como también la tasa de actualización ser la misma cada año o por el contrario distinta (Arvoleda, 2016).

#### *1.7.8.2. Tasa Interna de Retorno*

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico (Arvoleda, 2016).

#### *1.7.8.3. Período de recuperación de la inversión*

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un criterio para valorar inversiones que queda definido como el periodo de tiempo que se requiere para recuperar el capital invertido en la fase inicial de un proyecto (Montero, 2017).

#### *1.7.8.4. Relación beneficio costo*

Es la relación entre todos los ingresos de efectivo actualizado del proyecto divididos para los egresos actualizados incluyendo la inversión.

### **1.7.9. La quinua en el Ecuador**

Los Cañarís cultivaban la planta antes de la llegada de los españoles, a fines del siglo XVI seguía siendo uno de los alimentos preferidos. Cieza que recorrió la Sierra en 1548, encontró evidencias del cultivo y del valor que tenía en la alimentación de la población. En el Ecuador las primeras evidencias de la quinua datan de hace 300-500 A.C.

En el Ecuador se distingue dos tipos de quinua:

- Blanca, cuyo grano es menudo, redondo, chato, sin piel; se cultiva en sementeras grandes de tierras frías “se come como el arroz, de buen gusto fresco”;
- Colorada, de grano muy menudo y redondo, cuyo único uso es comerlo tostado, porque revienta y se esponja mucho y es de bello gusto”.

La quinua la podemos encontrar de muchas formas, en granos parecidos al arroz, copos, a modo de granos hinchados e incluso como cerveza. La quinua se come con sabores dulces o salados y

mezclado con miel y chocolate podemos obtener unas barritas energéticas. Su sabor es parecido al arroz integral, aunque con una textura más parecida a la sémola. Se la puede cocer y comerla como si fuese arroz o añadirla a platos como el pollo.

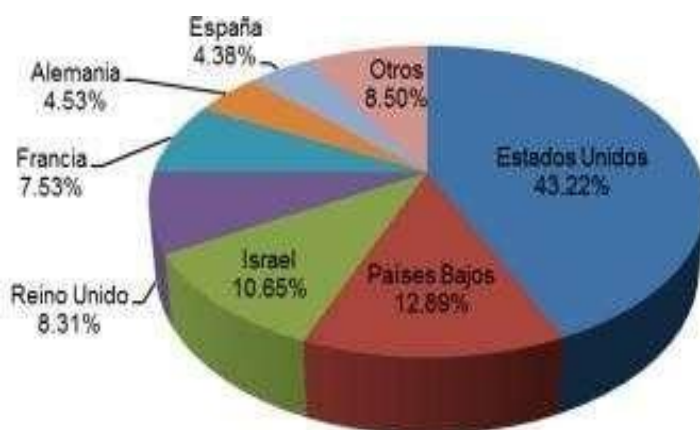
Pocos conocen a la quinua como alimento, sin embargo, es muy nutritiva y ofrece muchas posibilidades culinarias. Tanto la OMS como la FAO han elogiado a este alimento, muy fácil de cultivar y con grandes propiedades nutricionales, de ahí que se considere uno de los alimentos más completos.

Se pudo determinar que el producto tiene aceptación por el consumidor y que existe demanda de él, pero en la actualidad se observa un desequilibrio entre la oferta y la demanda, lo que ha provocado una escalada en precios, de lo cual el beneficiario es el comerciante intermediario, sin embargo, la demanda no ha decaído; aunque desde luego estos precios se tornan a veces prohibitivos para las personas de escasos ingresos económicos.

El consumo de quinua se encuentra limitado, por el desconocimiento de las buenas cualidades nutritivas; es por ello por lo que, con una promoción adecuada, se lograría un mayor consumo. Otro obstáculo constituye el lavado que se necesita para que el grano pueda ser consumido, pues se pudo observar que la quinua lavada y enfundada tiene mayor demanda y precio.

En Ecuador existen antecedentes de producción y comercialización de productos en base de quinua a nivel industrial como son:

- Mezclas de harina de quinua con avena: quinua-avena
- Mezcla de harina de quinua con soya: quinua-soya
- Productos infantiles tipo papilla en base de cereales que incluyen quinua
- Bebidas en base de cereales que incluyen quinua y sabores de frutas.
- Cereales para desayuno que incluyen expandidos (reventados) de quinua.
- Pan con porcentaje de sustitución de harina de quinua: panaderías exclusivas. (Sánchez, 2012)



**Figura 1-1.** Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas de quinua 2015

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, BCE

**Elaboración:** Dirección de inteligencia comercial e inversiones extranjeras, PRO-ECUADOR.

### ***1.7.10. Principales productores de quinua en Ecuador***

Los centros de producción de quinua se ubican en determinadas áreas de seis provincias de la sierra, de las cuales las de mayor importancia por la frecuencia y la superficie de cultivo son: Chimborazo, Imbabura, Cotopaxi, respectivamente; con menor cuantificación, Tungurahua, Pichincha, Carchi; mientras que, en Cañar y Azuay, el cultivo a desaparecido, esto indica que esta especie está extinguiéndose y que la superficie cosechada decrece en forma paulatina. En la actualidad la superficie de cultivo se estima en apenas unas 900 a 1000 ha (Sánchez, 2012).

### ***1.7.11. Incoterms***

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

El principal propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms nos ayudan a determinar:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte



- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Los principales Incoterms son:

- CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido)

Para el vendedor los alcances son los mismos que la cotización FOB con la única diferencia de que la empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta destino.

- CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

Este se refiere a que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.

- CIP (Carriage and Insurance Paid to)-Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte.

- CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

- DAF (Delivered At Frontier) - Entregadas en Frontera (lugar convenido)

Este término Incoterm significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar al momento en que ha puesto la mercancía despachada en la Aduana para la expectación en el punto y lugar convenido de la frontera, pero antes de la aduana fronteriza del país comprador

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre

- EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido)

Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, fábrica, almacén, etc.).

Este término representa, así, la menor obligación del vendedor, y el comprador debe asumir todos los costos y riesgos.

- FAS (Free AlongShip) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido)

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido.

Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento.

- FOB (Free OnBoard) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

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

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. (PROECUADOR, 2015)

### ***1.7.12. Reglamentación técnica ecuatoriana***

El sistema ecuatoriano de la calidad es de carácter técnico y está sujeto a los principios de equidad o trato nacional, equivalencia, participación, excelencia e información.

Art. 8.- El sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado por:

- a) Comité Interministerial de la Calidad;
- b) El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN;
- c) El Organismo de Acreditación Ecuatoriano, OAE; y,
- d) Las entidades e instituciones públicas que en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN es el principal eje del sistema de calidad en Ecuador. La NTE INEN 3042 es la norma técnica ecuatoriana para la harina de quinua y sus derivados (V LEX, 2015).

## **1.8. MARCO CONCEPTUAL**

A continuación, presenta los siguientes términos en comercio exterior y que sirven de uso para la presente investigación:

### ***1.8.1. Acuerdo comercial***

El acuerdo comercial puede ser más o menos complejo, dependiendo de si los países firmantes deciden o no delegar parte de su soberanía a un organismo supranacional y someterse a su control

en materia de política económica, incluida la política comercial. En caso de que haya algún tipo de cesión de soberanía hablaríamos de integración económica (Galindo, 2008).

### ***1.8.2. Acuerdo multipartes***

Los acuerdos multipartes se encajan como libre comercio. A nivel de la nomenclatura de registro que maneja la Organización Mundial de Comercio (OMC), organismo al que se adhirió Ecuador, se identifican varios tipos de acuerdos: Unión Aduanera, los acuerdos de alcance parcial y los de libre comercio (León, 2012).

Según (Rosado, 2019), han pasado casi dos años y medio desde que entró en vigor el acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea (UE) y los resultados han sido muy favorables. Hay que recordar que antes de este acuerdo el comercio exterior entre Ecuador y esta región mostraba síntomas de decrecimiento. En el 2016 el comercio entre Ecuador y la UE fue de \$ 4.746 millones, mientras que para el 2018 se logró aumentar hasta llegar a \$ 6.235 millones, según el Banco Central del Ecuador. Este acuerdo ha permitido importar diversos productos alimenticios, maquinarias, insumos médicos, libros, automóviles, etcétera, a un menor costo; y las exportaciones también se han visto beneficiadas.

En el mismo sentido debemos estar atentos ante la salida del Reino Unido de la UE. Este grupo económico, conformado por Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte, representó para el país un total de \$ 284 millones durante el año 2018 por concepto de comercio internacional. Actualmente el ministro de Comercio Exterior y Producción está trabajando en acuerdos bilaterales con el Reino Unido para mantener beneficios arancelarios, de manera que se siga beneficiando el sector agroindustrial mediante las importaciones y exportaciones. Según el International Trade Center, los principales ítems que exportó Ecuador en el 2018 hacia el Reino Unido fueron productos del sector agrícola como carne, pescado, crustáceos, frutas y plantas vivas. Por otro lado, lo que más importó el país fueron vehículos, maquinarias, artefactos mecánicos, material eléctrico, productos farmacéuticos y bebidas alcohólicas. En resumen, esta relación bilateral ha favorecido al país para mejorar la industria local y así poder ofrecer productos de mejor calidad y a precios competitivos a nuestros distintos socios comerciales. La apertura comercial no solo mejora las opciones de comercio exterior, también facilita los flujos de capitales.

El acuerdo multipartes con la Unión Europea fue un gran paso para el país, después se complementó la relación con Europa mediante el acuerdo con los países del EFTA; y ante el inminente brexit que se concretaría a finales del mes de octubre, ya se firmó en un nuevo acuerdo con Reino Unido.

Cuando se trata de libre comercio, siempre son buenas noticias, por eso no debemos perder de vista concretar otros acuerdos como la adhesión a la Alianza del Pacífico, y un acuerdo comercial con

los Estados Unidos. Todo esto con la intención de mejorar la economía a través del sector externo: más acuerdos comerciales = más actividad económica.

### ***1.8.3. Aduana***

Oficina pública del Estado, situada en las fronteras, puertos o aeropuertos, donde se registran los géneros y mercancías que se importan o exportan y se cobran los derechos que adeudan según el arancel correspondiente (Banchon, 2013).

### ***1.8.4 Arancel***

Carga financiera en forma de impuesto que se aplica a las mercancías que se transportan de un territorio aduanero a otro (a menudo de un país a otro). Los aranceles se aplican a las importaciones de mercancías y también pueden aplicarse a las exportaciones (Banchon, 2013).

### ***1.8.5. Aforo***

Evaluación de una mercancía por las autoridades aduaneras a los fines de pago de los derechos de aduana. Puede ser físico (inspección de los bienes in situ) o bien documental (inspección sobre los documentos) (Banchon, 2013).

### ***1.8.6. Bill Of Lading (B/L)***

Manifiesto de Carga o Conocimiento de Embarque Ver también CIM, CMR y CTBL. Equivale a la Carta de Portes en vía terrestre; para vía aérea es AWB. Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte Marítimo Y Otorga Derechos Sobre La Mercancía (Banchon, 2013).

### ***1.8.7. Consolidación***

Concepto utilizado en las negociaciones comerciales internacionales para referirse al anuncio que realiza un país respecto de las restricciones de todo orden al libre comercio que puedan existir en su legislación nacional, sin poder luego incrementarse las mismas si no, solo reglamentarse las anunciadas (Banchon, 2013).

### ***1.8.8. Conocimiento de Embarque***

Prueba de recibo de mercancías embarcadas o por embarcar en un buque, que establece el estado de las mismas entregadas y recibidas a bordo, de acuerdo con el cual se compromete a entregarlos en el puerto de destino al consignatario, o a quien éste designe, siempre que se cumpla con el pago de los fletes y demás cargos especificados en el documento (Banchon, 2013).

### ***1.8.9. Certificado de origen***

Un certificado de origen es un documento que permite a las empresas ecuatorianas comercializar sus productos fuera del país, garantizando a los compradores que se trata de un producto hecho en el país. Las empresas exportadoras, grandes o pequeñas, necesitan este documento para acogerse a los aranceles pactados entre países (Tapia, 2017).

### ***1.8.10. Declaración aduanera de exportación***

Es un formulario en el que se registraran las exportaciones que cualquier persona desee realizar, La Exportación se debe presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación (Torre, 2015)

### ***1.8.11. Definición de Mercado***

Según (Mankiw, 2012), mercado “es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio, en el cual los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores la oferta”.

### ***1.8.12. Demanda***

Según (Contreras, 2009), manifiesta que la demanda “nos muestra la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios”.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que las personas están dispuestas a adquirir con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

De acuerdo con las características que posee el consumidor final, el mercado al que se va a apuntar en esta investigación es el mercado de particulares, puesto que los particulares son aquellas personas cuya relación con el vendedor no obedece a ninguna actividad comercial determinada, debido a que compran el producto para su consumo personal.

### ***1.8.13. Oferta***

Según (mheducation, 2018), define a la oferta como, “el monto que los productores están dispuestos a vender en el mercado durante un periodo dado a un precio específico, está constituido por todas las mercancías producidas o se encuentran en el mercado que pueden ser bienes o servicios y son ofrecidas al consumidor por los productores y distribuidores en los diversos mercados y a distintos precios”.

### ***1.8.14. Rentabilidad***

Según (Diaz, 2012), la Rentabilidad es la remuneración que se busca obtener dentro de la empresa, en sus múltiples elementos en práctica de desarrollar su dinamismo económico y financiero. Estableciéndose habilidades en el manejo de los recursos propios de la empresa de manera eficiente y eficaz, así como también en sus productos y servicios que brinda.

### ***1.8.15. Viabilidad***

La definición de viabilidad en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica.

De una manera sencilla se puede considerar el concepto viabilidad como la opción de que un proyecto se pueda llevar a cabo, con una cierta continuidad en el tiempo. Para ello debe tenerse en cuenta los recursos que precisa, los que tiene y la capacidad para obtenerlos. En el caso de que cuente con los suficientes medios para ejecutar la idea empresarial, se podría decir que el proyecto es viable (García I. , 2017).

## **1.9. IDEA POR DEFENDER**

El diseño de un proyecto de exportación para la línea de productos POPQUITS permitirá una mejor planificación en su proceso de exportación con lineamientos claros a seguir para alcanzar una exportación eficiente, fortaleciendo el desarrollo de la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona - España.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de investigación

En la presente investigación se utilizará la modalidad cuali-cuantitativa debido a que permite un estudio mixto en el planteamiento del problema, la recolección y análisis de los datos, y el informe del estudio, además permite comparar y articular las mediciones y descripciones de los métodos cuantitativos y cualitativos para acrecentar los niveles de credibilidad en las conclusiones de la investigación.

#### 2.2. Nivel de investigación

##### 2.2.1. *Investigación exploratoria*

La investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes (Hernandez, 2003).

Este tipo de investigación nos permitirá estar en contacto directo con la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, ayudándonos a familiarizarnos con los problemas que pueden suceder en el proceso de exportación, dándonos una visión general de las cosas.

##### 2.2.2. *Investigación descriptiva*

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente (Tamayo, 2003).

En este tipo de investigación se describe los hechos que se dan en la actualidad con el proceso de exportación en la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona España, proceso que tiene que ser evaluado constantemente a fin de mejorar y asegurar la eficiencia en dicho proceso.

### **2.2.3. Investigación documental**

“Según el autor (Martins & Palella, 2010) define: La investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos-escritos u orales- uno de, los ejemplos más típicos de esta investigación son las obras de historia.

Esta forma de investigación se desarrollará como una fuente secundaria, que permitirá complementar el trabajo de investigación aportando con datos de anteriores sucesos, analizando documentos proporcionados por la empresa “Sumak Life Cía. Ltda.”, los cuales se utilizarán para comparación de datos.

### **2.3. Diseño de investigación**

Es una investigación no experimental se base en trabajos hechos con anterioridad en diversas empresas.

### **2.4. Tipo de estudio**

Para la recolección de información vamos a utilizar la encuesta y la investigación de varias fuentes de información.

### **2.5. Población y muestra**

El presente trabajo es la realización de un proyecto de exportación para la línea popqui`s de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado de Barcelona – España por tanto se tomará datos históricos y proyectados que se llevará a cabo en la investigación de mercado, el nicho de mercado para esta investigación es Barcelona – España con una población de 5.515 millones de habitantes.

No sé a tomando en cuenta la técnica de la encuesta al ser un mercado internacional. Sin embargo, la recolección de información se la hace mediante revisión bibliográfica y web-gráfica para encontrar el consumo aparente que permita establecer la oferta y la demanda por estos aspectos no amerita considerar el cálculo de la muestra para esta investigación.

A nivel local se considera la opinión de quienes hacen Sumak Life Cía. Ltda. , es decir la investigación no necesita de muestra ya que su universo es muy pequeño y se lo puede desarrollar con todos los miembros del universo, pues la población total suma 10 personas de las cuales se obtendrá información relevante para el desarrollo de esta investigación.



## **2.6. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.6.1. Métodos**

#### *2.6.1.1. Método Inductivo – Deductivo*

“El método inductivo – deductivo, se compone en una primera etapa por la inducción de elementos interpretativos a partir de hechos debidamente observados, y en una segunda etapa, sobre estos elementos se elaboran enunciados que los contengan y se refieran a los hechos. Lo cual quiere indicar, que la primera parte del proceso radica en la producción de un conjunto teórico que exponga, a través de unos enunciados elementales, los hechos, y la segunda parte del proceso radica en seguir normativas generales para los hechos, constituidas por el conjunto teórico formado y efectivas para explicar los hechos.”

Este proceso de conocimiento se iniciará por observar los fenómenos particulares que suceden en la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con el propósito de llegar a conclusiones generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada. Este método se lo utilizará en toda la investigación.

#### *2.6.1.2. Método Analítico – Sistemático*

“Este método estudia casos, partiendo de la desintegración de un objeto de estudio en cada una de sus partes para analizarlas individualmente, para luego integrar dichas partes y analizarlas o estudiarles en un todo de forma íntegra.

El método analítico es el análisis de las cosas que están destinadas a estudiar; el término análisis, significa evaluar, descomponer, examinar cuidadosamente una cosa, lo cual quiere decir que, el método analítico comienza descomponiendo el todo de un hecho y lo estudia o analiza parte por parte, entendiendo su funcionamiento y relación individual, para en lo posterior analizarlo todo y de esta forma se concluiría la investigación con la parte sintética.

Este método nos permitirá la separación de un todo, descomponiendo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, este método nos permite conocer más los sucesos que ocurren en la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con lo cual se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. Este método se lo utilizará en la elaboración del Marco teórico y Marco Propositivo.

#### *2.6.1.3. Técnicas*

Es la estrategia que se emplea para obtener la información requerida, de manera que se cuente con datos informativos que permiten clarificar de mejor manera la situación estudiada.

Para la recolección de la información se aplicará entrevista que contemplen estrategias metodológicas requeridas por los objetivos y la idea a defender que conduzca a la elaboración del proyecto de exportación de acuerdo al enfoque positivista, para el proceso de recolección de la información, se aplicará las siguientes técnicas:

#### *2.6.1.3.1. Encuestas*

Es una técnica o método de recolección de información en donde se interroga de manera verbal, escrita o digitalmente a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Mismas que serán aplicadas al número de socios de la Empresa “Sumak Life Cía.Ltda.” que indique la fórmula de la muestra seleccionada de manera aleatoria.

#### *2.6.1.3.2. Entrevista*

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar.

Es un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial. Canales la define como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (Laura Díaz-Bravo, 2013).

Es una técnica o método de recolección de información que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistador obtiene información del entrevistado de forma directa, una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. Esta es la realizara al gerente.

#### *2.6.1.3.3. Observación*

La observación es la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente (Morán, 2007).

Esta técnica, radica en observar y registrar los hechos o anómalos físicos que se provocan en la vida cotidiana, para analizarlos y obtener conclusiones acerca de los mismos.

#### *2.6.1.4. Instrumentos*

En la presente investigación se aplicará los siguientes instrumentos de recolección de información.

##### *2.6.1.4.1. Cuestionario*

Un cuestionario es, por definición, el instrumento estandarizado que utilizamos para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas. (Meneses, 2017)

Se aplicará a los socios de la empresa “Sumak Life Cía. Ltda.” del Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; los ítems serán 10, y estos serán de tipos cerrados.

##### *2.6.1.4.2. Guía de entrevista*

Se aplicará a la máxima autoridad de la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; los ítems serán 13, y estos serán de tipo abiertos.

##### *2.6.1.4.3. Guía de observación*

Se aplicará en la empresa “Sumak Life Cía.Ltda.”, del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con la finalidad de observar los hechos que ocurren en el proceso de exportación, la guía de observación está dividida en tres momentos: Requisitos para exportar, etapa de preembarque, etapa de post embarque.

## CAPÍTULO III

### 3. DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

P

#### 3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

##### 3.1.1. Encuesta personal de la empresa Sumak Life del cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo

1. ¿Conoce usted si la empresa se guía de algún instrumento administrativo para tomar las decisiones?

**Tabla 1-3.** Existencia de un instrumento administrativo para la toma de decisiones

Frecuencia	Total	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
Total	10	100%

**Fuente:** Encuesta realizada a socios de la Empresa “Sumak Life Cía. Ltda.”  
**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



**Gráfica 1– 3:** Existencia de un instrumento administrativo para la toma de decisiones

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

#### **Análisis:**

En la figura 2 se observa que el 70% correspondiente a 7 personas declaran que en la empresa si existe un instrumento administrativo en el cual se basan las autoridades para la toma de decisiones;

mientras tanto el 30% correspondiente a 3 personas coinciden que no existe tal instrumento administrativo para la toma de decisiones.

### **Interpretación:**

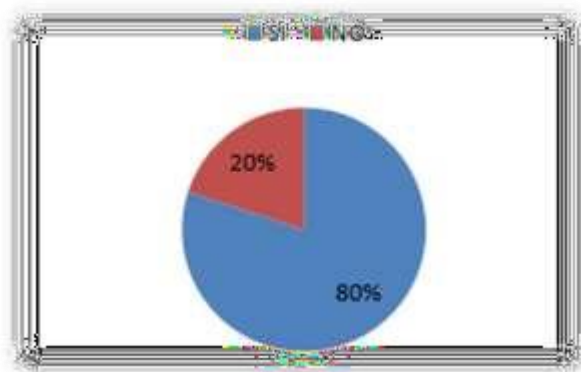
Gran parte de la población encuestada revela que en la empresa si existe un instrumento administrativo para la toma de decisiones, lo cual es importante, puesto que este servirá como base y respaldo en la elaboración del proyecto de exportación para la empresa.

## **2. ¿Considera usted que la línea de productos POPQUI'S de la Empresa "Sumak Life Cía. Ltda." cumple con todos los estándares de calidad necesarios para su exportación?**

**Tabla 2- 3.** Existencia de estándares necesarios para la exportación

<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	8	95%
<b>No</b>	2	5%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada al personal de la Empresa "Sumak Life Cía. Ltda."  
**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



**Gráfica 2- 3.** Existencia de estándares necesarios para la exportación

**Fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### **Análisis:**

En la figura 3 se puede observar que un 80% de la población encuestada correspondiente a 8 personas manifiestan que la línea de productos cumple con todos los estándares necesarios para realizar el proceso de exportación, mientras tanto el 20% de la población correspondiente a 2 personas coinciden que la línea de productos no cumple con los requisitos necesarios para la exportación.

### Interpretación:

La gran mayoría de la población declara que los productos de la línea POPQUI'S cumplen con todos los estándares necesarios para su exportación, lo cual es muy importante puesto que esto es vital para realizar el proyecto de exportación.

### 3. Considera Ud. ¿Que la empresa cuenta con la infraestructura, capacidad económica y de manufactura de su línea de productos POPQUI'S necesarias para exportar al mercado de Barcelona-España?

**Tabla 3-3.** Aspectos necesarios para el proceso de exportación

Frecuencia	Total	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada al personal de la Empresa "Sumak Life Cía. Ltda."

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



**Gráfica 3- 3.** Aspectos necesarios para el proceso de exportación

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### Análisis:

En la figura 4 se puede observar que el 100% del personal correspondiente a 10 personas consideran que sería rentable la exportación de estos productos al mercado de Barcelona-España, que es aceptable.

### Interpretación:

La mayor parte de la población encuestada manifiestan que existe la capacidad en cuanto a infraestructura, capacidad económica y manufactura necesarias para que exista el proceso de exportación, lo cual es importante, puesto que con esto se comprueba que el proyecto de exportación es viable.

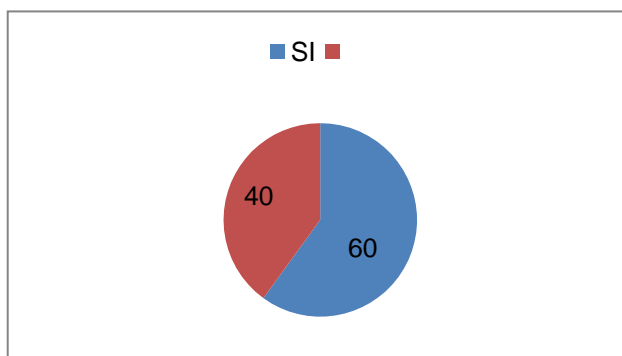
#### 4. Considera Ud. ¿Qué exportar la línea de productos POPQUI'S al mercado de Barcelona España contribuirá significativamente a la empresa en la apertura de nuevos mercados en la UE?

**Tabla 4-3.** La exportación hacia Barcelona contribuirá a la apertura del mercado de la UE

Frecuencia	Total	Porcentaje
Si	6	60%
No	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada al personal de la Empresa “Sumak Life Cía. Ltda.”

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



**Gráfica 4-3** La exportación hacia Barcelona contribuirá a la apertura del mercado de la UE

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### Análisis:

En la figura 5 se puede observar que el 60% del personal encuestado miran de manera positiva la exportación hacia el mercado de Barcelona – España, puesto que consideran esto aportará a la apertura de nuevos mercados en la UE, mientras que el 40% restante no cree que la exportación hacia Barcelona – España abrirá mercados en la UE.

### **Interpretación:**

Gran parte de la población encuestada coincide que la exportación hacia Barcelona – España ayudará a abrir nuevos mercados en la UE, permitiendo la expansión de la empresa.

### **3.1.2. Entrevista a la máxima autoridad de la empresa Productos Orgánicos Chimborazo “Sumak Life” Cía. Ltda.**

#### **1 La empresa “Sumak Life Cía. Ltda.” ¿Cuenta con un proyecto de exportación?**

El proyecto no se ha actualizado.

#### **Análisis:**

Se debe tomar en cuenta que cada proyecto que realiza la empresa sea cual sea su necesidad, o sus objetivos debe ser actualizada cada cierto tiempo, para no perder la continuidad del mercado, es por esta razón que lo más factible y viable en este caso particular, sea la planificación, ejecución y aplicación de un proyecto de exportación acorde a las necesidades del mercado, o a la vez su actualización inmediata.

#### **2 ¿Cuáles son los aspectos básicos que Ud. considera necesarios debe contar un proyecto de exportación?**

Un proyecto de exportación considera todos los elementos necesarios que permita al producto llegar sin restricciones técnicas, comerciales ni legales al país de destino: partidas arancelarias, factores arancelarios y para arancelarios, envase y embalaje, contratos, medios de transporte, demanda, factibilidad del proyecto, etc.

#### **Análisis:**

Es importante tomar en Cuenta que el sr Gerente, tiene una visión bastante amplia del campo de la exportación, es por ello que considera que un proyecto de exportación es de vital importancia para el crecimiento de la empresa en sí.

#### **3 ¿En qué año decidieron iniciar a exportar quinua a granel? Y ¿Cuál fue sumotivación?**

En 1997 se inició con conversaciones con el potencialcliente.

La motivación fue ya la disponibilidad de recursos productivos como tierra, productores, conocimientos agrícolas y lo más importante demanda segura.

#### **4 Su empresa ¿Cuenta con talento humano especializado en comercio exterior?**

Sí.

#### **5 ¿Cuáles países son sus principales clientes en el mercado internacional?**

Alemania, Estados Unidos.



**6 ¿Qué tipo de documentos se requiere para que su producto pueda salir para el extranjero?**

Pre-factura, contratos, facturas, packing list, permisos sanitarios, inspecciones, formulario de origen, guías de remisión, certificado de transacción (comercializamos producto orgánico).

**7. ¿Cuáles son los Incoterms que utiliza la empresa en el proceso de exportación?**

EX WORK, FOB y C&F.

**8 En los mercados en los que su empresa opera. ¿Acostumbra a efectuar la investigación, el registro y monitoreo de marca?**

No. La mayoría de las ventas son a granel y con marca del cliente

**9. ¿Cuál es el envase que utilizan para exportar su producto al extranjero?**

Fundas de polipropileno, fundas de papel. Depende de los requerimientos del cliente.

**Análisis:**

Se considera de vital importancia para el desarrollo de una marca la presentación del producto, es por ello que se podría recomendar tener empaques propios de la empresa, ya que al momento de exportar los intermediarios también conocen al producto, y de ello se crea una cadena de posicionamiento con lo que se asegura el primer paso de ingreso a mercados exteriores

**10. ¿Qué motivó a la empresa a exportar la línea de productos POPQUI'S y a qué país se pretende ingresar?**

Existe un interés, aún no importante del pop en España, Suiza y Estados Unidos.

**11. La línea de productos POPQUI'S en la actualidad. ¿Cumple con todos los estándares necesarios para exportar a un país miembro de la unión europea?**

Estamos en proceso de obtención de certificado BPM. Se exporta de manera preliminar en trámites.

**12. ¿Ustedes han realizado un estudio de mercado internacional para analizar la demanda y aceptación de la línea de productos POPQUI'S; ¿y de ser positivo, cuál fue su mercado?**

No. El interés ha sido a través de contactos comerciales y no de estudio de demanda.

**Análisis:**

La importancia de un estudio de mercados, radica en la medición del margen de rentabilidad que tendrá la distribución y venta de un producto en tal o cual mercado, es por ello que antes de realizar cualquier actividad de exportación y mercadeo, se debe tener en claro cuál va a ser el margen de aceptación que tendrá el mismo en el mercado que se desea ingresar, por tal motivo se recomienda

a la empresa la realización de dicho Estudio para no tener pérdidas posteriores, recordando siempre que un producto no es igual a otro, cada uno tiene sus características, las mismas que deben ir enfocadas a las necesidades del mercado.

### ***3.1.3. Observación aplicada al proceso de exportación de la empresa Sumak Life***

Con las respuestas afirmativas hacia el proceso de la obtención de requisitos para la exportación podemos notar que la empresa si tiene miras de crecimiento internacional, esto nos da una pauta de un buen inicio en el interés de crecimiento empresarial en el extranjero, lo que es positivo para la empresa ya que es el primer escalón hacia la obtención de resultados.

La empresa pone especial énfasis en el crecimiento internacional lo que nos da una clara directriz de que se están cumpliendo con los procesos y normas de exportación, es importante y cabe recalcar que este proceso de embarque, es uno de los más costosos para la empresa y por ello se lo debe realizar con absoluta puntualidad en cuanto a procesos, ya que de la misma depende la llegada de los productos al punto planificado.

**Observaciones generales:** Últimas consideraciones que agregar a la observación:

#### **Positivas**

- La empresa tiene un buen enfoque de exportación.
- El producto es de calidad y aporta un valor nutricional importante que es muy cotizado en mercados extranjeros
- Los procesos de pre-exportación, exportación y post exportación se están llevando a cabo de buena manera, ya que cuenta con los requisitos para los mismos, lo cual evitara costos excesivos, y le da a la empresa la imagen de liderazgo en el mercado de productos elaborados con quinua.
- El compromiso de los socios en estos procesos es importante para el crecimiento empresarial esto ayuda a que la empresa trabaje de manera optima

#### **Negativas**

- Se debe planificar, elaborar y ejecutar un plan de exportación, o el mismo debe ser actualizado
- Se debe realizar un estudio de mercados internacional debido a que el mercado de la UE es uno de los mercados más cotizados a nivel mundial
- Se debe tomar en cuenta y se debe enfocar una especial atención en el proceso de post exportación para que el producto sea conocido en el mercado meta y a la vez el mismo adquiera el posicionamiento que se pretende para permanecer en el mercado exterior.

### **3.2. Comprobación de las Interrogantes de Estudio**

- La comprobación nos permite analizar la información que hemos obtenido de la aplicación de los diferentes instrumentos de recopilación de información como son: la guía de entrevista aplicada a la máxima autoridad de la empresa, el cuestionario de encuesta aplicado a los socios y la guía de observación aplicada al proceso de exportación, se obtuvo información valiosa que servirá de base para la elaboración del proyecto de exportación, información que se detalla a continuación:
- Además, los socios aseguran que existe un instrumento administrativo que sirve de guía en el proceso de toma de decisiones, convirtiéndose este en gran apoyo para la elaboración del proyecto de exportación, puesto que aporta con un amplio conocimiento de todo lo necesario para elaborar el proyecto de exportación.
- Lo que dificulta a la empresa es la falta de producción debido a una mala planificación, y otros de índole natural que se van de las manos para ello es necesario que los productos sean exportados para que suban los costos de la quinua en bruto.
- La empresa cuenta con los estándares necesarios para exportar la quinua en grano pero está en proceso la obtención del certificado BPM, para su mejoramiento en la exportación de este producto con valor agregado y de calidad.
- Se considera que al exportar este producto se va a obtener una apertura a nuevos mercados y esto beneficia directamente a la empresa y socios para que exista un crecimiento económico.
- Se tiene la satisfacción de poder decir que la empresa cuenta con los requisitos para la exportación, cumple con los reglamentos para los intereses de crecimiento empresarial al extranjero y las mismas se están cumpliendo con claridad por lo que sus productos son de calidad y muy cotizados para el mercado extranjero, la empresa trabaja de manera óptima.

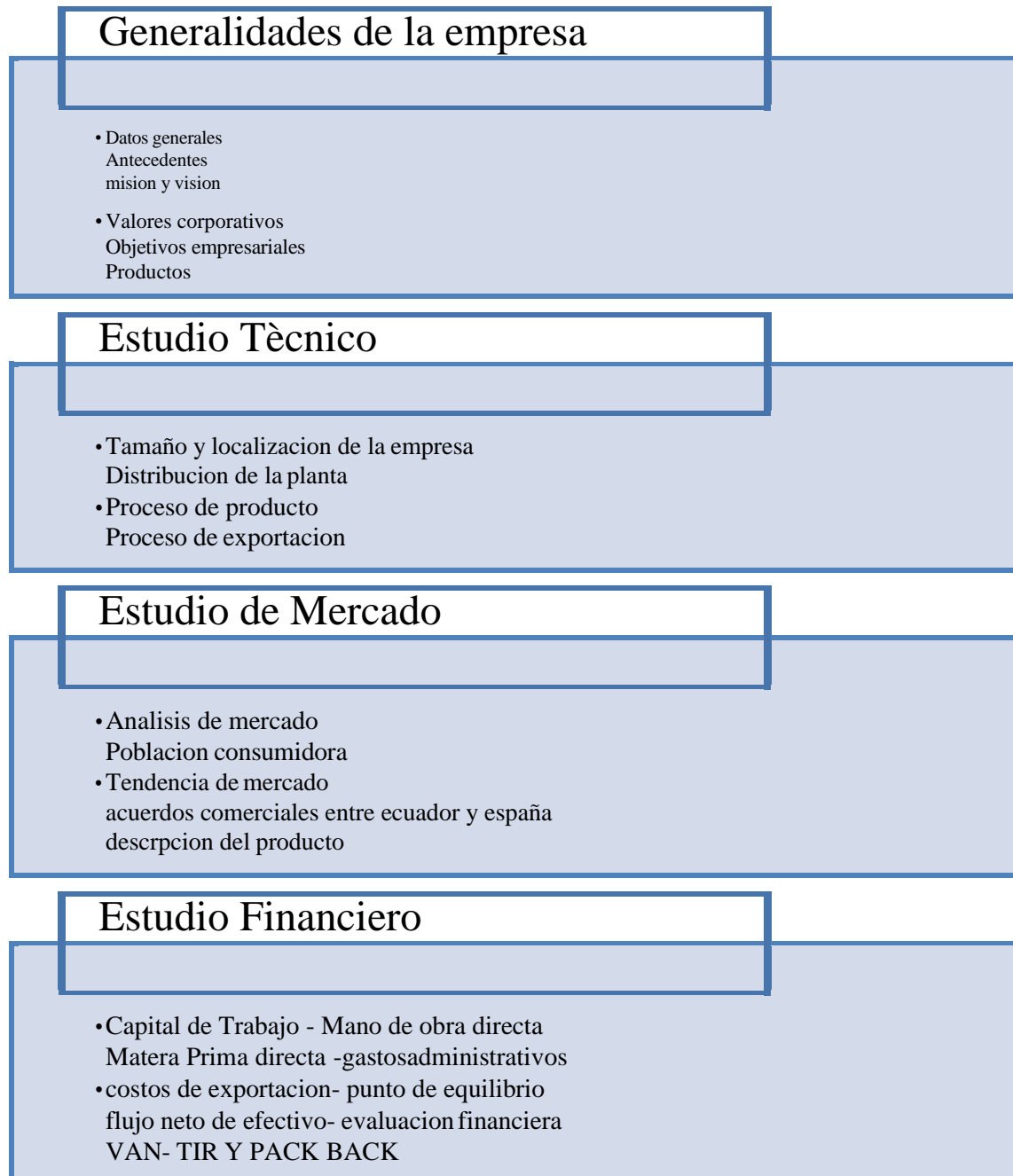
### **3.3. VERIFICACION DE LA IDEA A DEFENDER**

Para la comprobación de la idea a defender fue necesario la aplicación de una encuesta y una entrevista con la finalidad de establecer la viabilidad del tema, adicionalmente conocer los puntos críticos a ser atendidos en el presente documento, se interrogo sobre la existencia de instrumentos administrativos que les permita tomar decisiones dando como resultado que el 70% dice conocer de este particular, el 95% reconocen que el producto debe cumplir con características precisas para el proceso de exportación, por ende se consideran preparados para iniciar este proceso de su producto Popqui's hacia el mercado de Barcelona – España, La comprobación establece que se ha visto la necesidad de elaborar una herramienta administrativa que aporte con los lineamientos necesarios para un proceso de exportación eficiente, proyecto de exportación que ayudará a exportar su línea de productos Popqui's hacia el mercado de Barcelona – España; sabiendo que en enviado

productos a Estados Unidos y Alemania con este productos se pretende abrir un nuevo mercado, siendo viable el proyecto.

### 3.4 TÍTULO

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN PARA LA LÍNEA POPQUT'S DE LA EMPRESA SUMAK LIFE CIA LTDA, DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO DE BARCELONA - ESPAÑA”.



**Figura 2-3:** Proyecto de Exportación

**Fuente:** Proyecto de Investigación

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.5 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

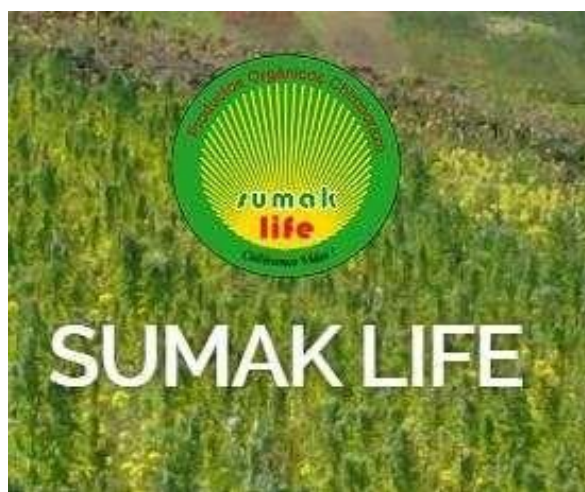
La empresa, es una organización Chimboracense nació el año 2006, que se dedica a la producción y comercialización de productos alimenticios elaborados en base a materias primas orgánicas provenientes de varios cantones, generando recursos para los sectores vulnerables que desarrollan las actividades agropecuarias, generando una alianza entre ERPE y COPROBICH, en el desarrollo de una cadena de valor permitiendo que sus productos sean exportados a Inglaterra, Alemania, Francia, Estados Unidos y Colombia, para lo cual cuenta con certificaciones de cuatro empresas de reconocimiento mundial.

**Tabla 5- 3:** Datos generales de la empresa Sumak Life

<b>Razón social</b>	Sumak Life Cía. Ltda.
<b>Representante legal</b>	Eco. Patricio Juelas Carrillo
<b>Jefe de comercialización</b>	Ing. Lorena Caichug Gómez
<b>Tipo de empresa</b>	Producción y comercialización
<b>Productos</b>	Quinoa y derivados de la quinoa elaborados con productos orgánicos.
<b>Provincia</b>	Chimborazo
<b>Cantón</b>	Riobamba
<b>Dirección</b>	Juan de Velasco 20 – 60 y Guayaquil.
<b>Teléfono</b>	032 942 410 / 0984232850
<b>Sitio Web</b>	<a href="http://www.sumaklife.com.ec">http://www.sumaklife.com.ec</a> Facebook: sumaliferiobamba

**Fuente:** Sumak Life, 2019

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



**Figura 3-3.** Sumak Life isologo

**Fuente:** Sumak Life, 2019

**Elaborado:** Administración Sumak Life

### **3.5.1. Antecedentes**

En 1962 se fundan las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) por iniciativa de Monseñor Leónidas Proaño con la finalidad de acompañar los procesos sustentables con grupos sociales marginados para alcanzar su propio desarrollo, en el 1998 nace la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo (COPROBICH) con la participación activa de 100 comunidades indígenas asociadas de la provincia involucrándose 1600 pequeñas familias agricultoras, como resultado surge la idea de crear SUMAK LIFE.

Los productores orgánicos Chimborazo Cía. Ltda. fue creada el 31 de diciembre del 2006, con un capital social de 400, cada una de sus acciones representan un dólar siendo de responsabilidad limitada, la empresa ha ido evolucionando en el año 2007: iniciamos la producción de elaborados de quinua: galletas y choco quinua la misma que tuvo éxito en el mercado Norte Americano, en el 2008 se diversifico la oferta de productos derivados de quinua por tal razón fue considerado: “personaje del año 2009” por Diario la Prensa, iniciando las exportaciones en el año 2010 de dichos productos.

Por el gran crecimiento que tuvo la empresa en el 2012 se crea la Corporación Sumak Tarpuy que actualmente reemplaza a Coprobich como productores de quinua y proveedores directos de Sumak Life Coprobich, se ha ido consolidando poco a poco y se hizo acreedor, manteniendo su crecimiento sea hace acreedor a un premio de 15.000 USD en el III concurso de Emprendimientos Sociales organizado por NESst además recibe la asistencia técnica en la producción y capacitaciones.

En el año 2017 los productores de quinua recibieron planta procesadora en Guano, mantenido sus operaciones hasta la actualidad, beneficiando directamente a más de 3.600 familias, con más 1 millón de dólares de ingreso canalizado a las comunidades desde 1998, con más de 40000 quintales producidos. El 2019, Sumak Life ganó el concurso a la excelencia empresarial denominado - AVE FENIX

### 3.5.2. Misión y visión

La empresa Sumak Life en su página web plasma la misión y visión que ha sido reformado con la finalidad de que presente el objetivo propuesto con el trabajo de titulación:

Misión Sumaklife	Misión propuesta
<ul style="list-style-type: none"> <li>•“Ofrecer productos orgánicos de calidad con criterios de eficiencia y eficacia al mercado nacional e internacional conjugando el talento humano con los recursos financieros y tecnológicos que satisfagan los requerimientos de los clientes”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Somos una empresa comunitaria procesadora y comercializadora de productos orgánicos de calidad y alto valor nutricional, elaborado con materia prima organica certificada que busca satisfacer la demanda de nuestros clientes en el mercado nacional e internacional conjugando el talento humano, los recursos financieros y tecnológicos para el desarrollo sostenible, humano y productivo de las comunidades de Chimborazo.</li> </ul>

**Figura 4-3.** Misión

**Fuente:** Trabajo de titulación

**Elaborado por:** Administración Sumak Life (2017)

Visión Sumaklife	Visión propuesta
<ul style="list-style-type: none"> <li>•“Ser la empresa productora, procesadora y distribuidora líder en el país en productos orgánicos y elaborados alternativos nutricionales y saludables en el mercado nacional e internacional en los próximos 5 años”.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ser en el 2024 una empresa ecuatoriana líder en procesamiento y comercialización de quinua orgánica y sus derivados, aplicando procesos avalados por certificadores internacionales, con ventas nacionales e internacionales generando la satisfacción de los consumidores por el alto valor nutricional que garantizan su sostenibilidad y rentabilidad social gracias al mejoramiento continuo de las condiciones de vida de nuestros socios y a las prácticas de protección del medio ambiente.</li> </ul>

**Figura 5-3.** Visión

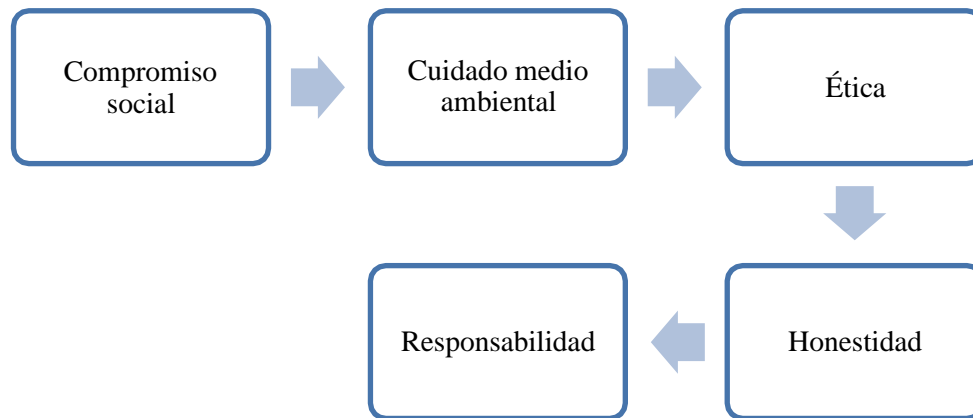
**Fuente:** Trabajo de titulación

**Elaborado por:** Administración Sumak Life (2017)



### 3.5.3. Valores Corporativos

Los valores corporativos que posee la empresa están enfocados al desarrollo de las actividades productivas y el fin social con el que se manejan las acciones.



**Figura 6-3.** Valores empresariales  
Fuente: Trabajo de titulación  
Elaborado por: Administración Sumak Life (2019)

- **Compromiso social**

Se trabajan con pequeños productores indígenas ubicados en los diferentes cantones de la provincia de Chimborazo, quienes aplican los procesos para la entrega de quinua orgánica para la producción de la empresa, cabe destacar que de esta actividad generan recursos para satisfacer sus necesidades.

- **Cuidado medio ambiental**

Se han generado proceso que permitan recuperar las tierras de cultivo, con técnicas enfocadas a la producción orgánica, las mismas que han sido certificadas por cuatro empresas reconocidas internacionalmente.

- **Ética**

Se cumplen las actividades con seriedad y procurando no afectar a ninguna del personal que participan en los diferentes procesos de la empresa.

- **Honestidad**

Se incentiva la honestidad dentro de la empresa, manteniendo la verdad como la bandera que impulsa las acciones emprendidas por Sumak Life.

- **Responsabilidad**

Las actividades se cumplen en el tiempo previsto, cuidando los recursos a su cargo para evitar perjuicios a la empresa.

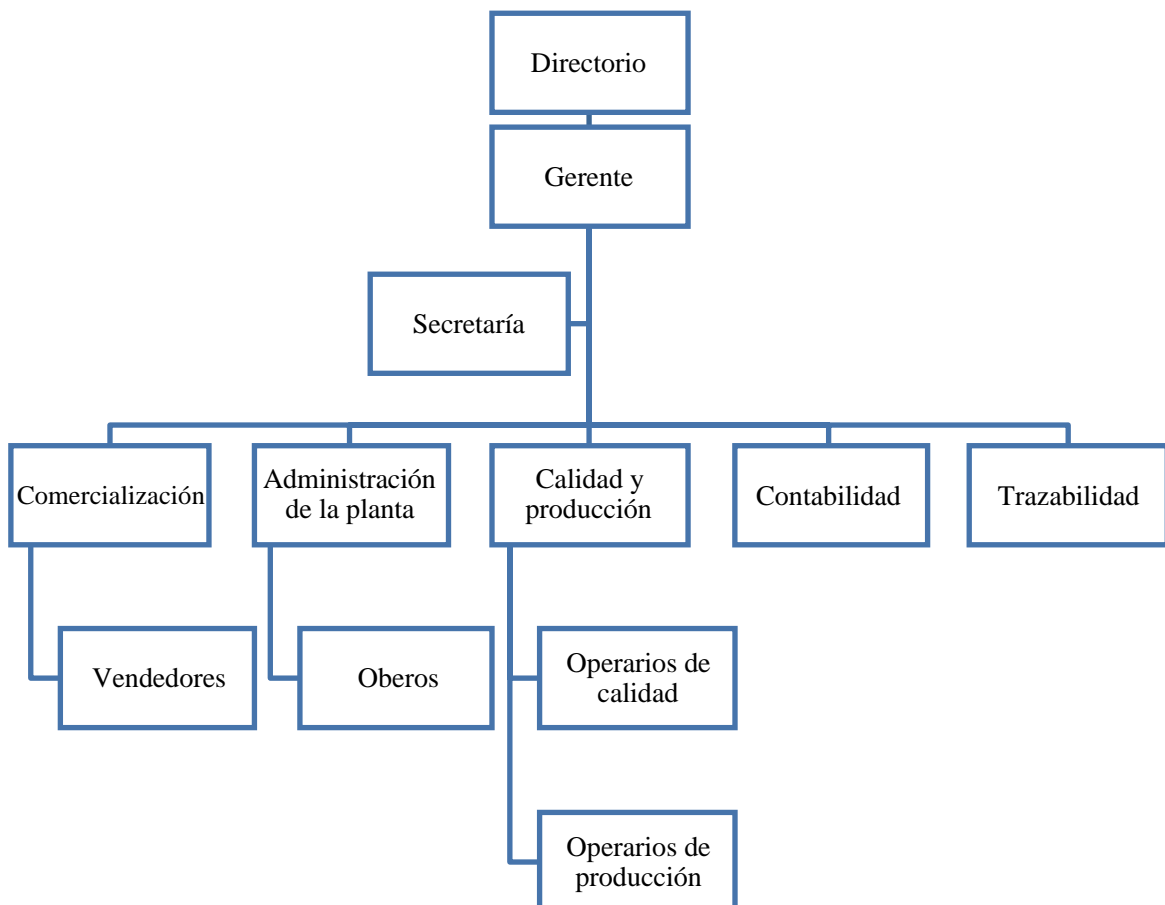
### 3.5.4. *Objetivos de la empresa*

La empresa Sumak Life ha definido los siguientes objetivos a ser alcanzados con su gestión:

- Desarrollar acciones idóneas de procesamiento y comercialización con base a productos agro-orgánicos andinos con valor agregado y ofrecer alternativas alimenticias diversas al mercado nacional e internacional.
- Desarrollar estrategias que permitan enfrentar con éxito el desafío del entorno cualitativo y cuantitativo de las actividades comerciales locales y de exportación.
- Mejorar de manera continua los procesos que desarrolla Sumak Life buscando la satisfacción del cliente con productos que rebasan sus expectativas de los consumidores.
- Establecer alianzas estratégicas que permitan el cumplimiento en forma metódica y oportuna de las metas a largo plazo.

### 3.5.5. *Estructura Organizacional*

Sumak Life divide el trabajo en tres áreas: Administrativa, Producción y Operario



**Figura 7-3.** Estructura organizacional

**Fuente:** Departamento de trazabilidad de Sumak Life, 2017

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

La compañía de acuerdo al Orgánico Funcional y su Estatuto, el Gobierno, la Dirección, administración y el Control Interno de la Compañía, se ejerce por medio de los organismos siguientes:

- Junta General de Accionistas
- Directorio. - En este nivel se incluyen la Presidencia, Gerencia General los Comisariatos como un servicio de apoyo a la Junta Directiva.
- Su nivel Ejecutivo lo comprende la Gerencia General, ejercida por el Eco. Patricio Juelas Carrillo. Su nivel Operativo o de Apoyo está conformado por contabilidad, producción y comercialización.

### 3.5.6. *Productos*

La empresa Sumak Life desde su creación ha venido desarrollando varios productos teniendo como factor común el uso de materia prima orgánica, son los siguientes.

			
<p>Quinoa en grano</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaque: saco de polipropileno</li> <li>• Partida arancelaria: 10085090</li> </ul>	<p>Harina de quinua</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empaque Interno: Polietileno</li> <li>• Empaque Externo: Polipropileno</li> </ul>	<p>Pop de quinua con panela</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación: 1kg, 10kg, 25kg</li> <li>• Uds: 10 Fundas de 1kg/caja</li> <li>• Empaque: Policelofán</li> </ul>	<p>Quinoa Choc</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación: 200g</li> <li>• Uds: 108 fundas de 200g c/u por cartón</li> <li>• Registro Sanitario: 15478 INHQAN</li> </ul>
			
<p>Quinoa Expandida Pop Qui's</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación: 270 g</li> <li>• Uds: 30 fundas de 270 g por cartón</li> </ul>	<p>Granola de quinua con panela PopQui's</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PANELA POPQUI'S</li> <li>• Presentación: 270g</li> <li>• Uds: 32 Fundas de 270 g por cartón</li> <li>Registro Sanitario: 4016 ALN</li> </ul>	<p>Galletas de Quinua</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación: 48 g - 240 g</li> <li>• Uds: 35 cajas de 240g c/u por cartón</li> <li>• Registro Sanitario: 15451</li> </ul>	<p>Ener Quinoa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación : 34 g - 200 g</li> <li>• Uds: 1056 fundas de 34g</li> <li>• y 36 cajas de 200g por cartón</li> <li>• Registro Sanitario: 15478 INHQAN 0413</li> </ul>

**Figura 8-3.** Productos de la empresa Sumak Life

Fuente: Sumak Life, 2019

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

### 3.6. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.6.1. *Tamaño y Localización de Sumak Life*

##### 3.6.1.1. *Tamaño*

La empresa Sumak Life cuenta con una infraestructura de 2.200 metros cuadrados los cuales son destinados al área de producción, dentro de las cuales se encuentra espacios destinados para los diferentes procesos de la quinua, elaboración de quinua, cuarto de empackado. Es una empresa pequeña realiza embarques de 1500 Kg de Quinua, se llevarán 3 embarques al año, es decir se exportarán 6000 Kg anuales.

##### 3.6.1.2. *Localización*

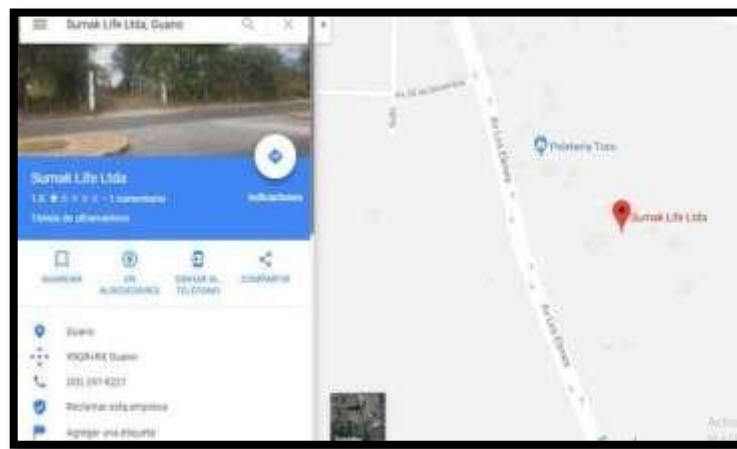
#### **Macro localización**

La empresa desarrolla sus actividades en:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Chimborazo

**Ciudad:** Riobamba / Guano



**Figura 9-1.** Macro Localización

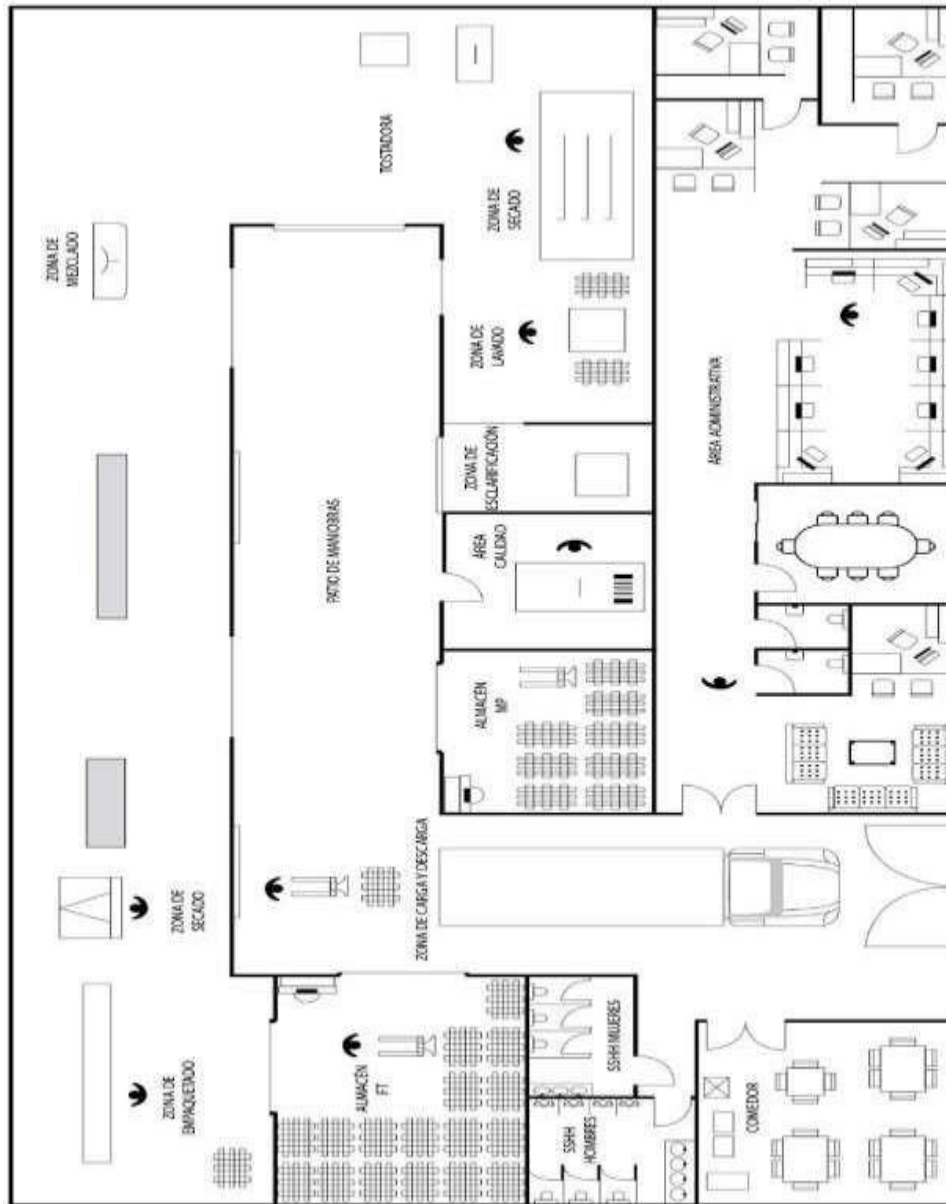
**Fuente:** Sistema de localización Satelital, 2019

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

#### **Micro localización**

La empresa realiza sus actividades comerciales desde el cantón Riobamba calles Velasco 20-60 y Guayaquil.





**Figura 11-3.** Distribución de la planta Sumak Life

Fuente: Sumak Life

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

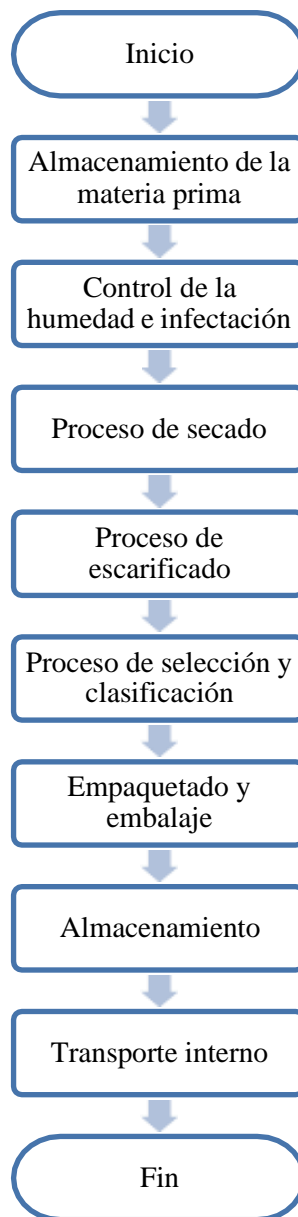
La zona de carga y descarga es aquella en la cual los vehículos acceden hasta la empresa con la materia prima, en este caso la quinua.

### 3.6.3. *Proceso de Producto*

Producto: Popquis (quinua reventada)

A continuación, se realiza el flujo grama de procesos respectivo, el cual debe cumplirse para obtener el producto final, cumpliendo con las normas y estándares de calidad necesarias para que sea aceptado por los consumidores de Barcelona.

El proceso de producción de la popquis se muestra a continuación en la gráfica **correspondiente**:



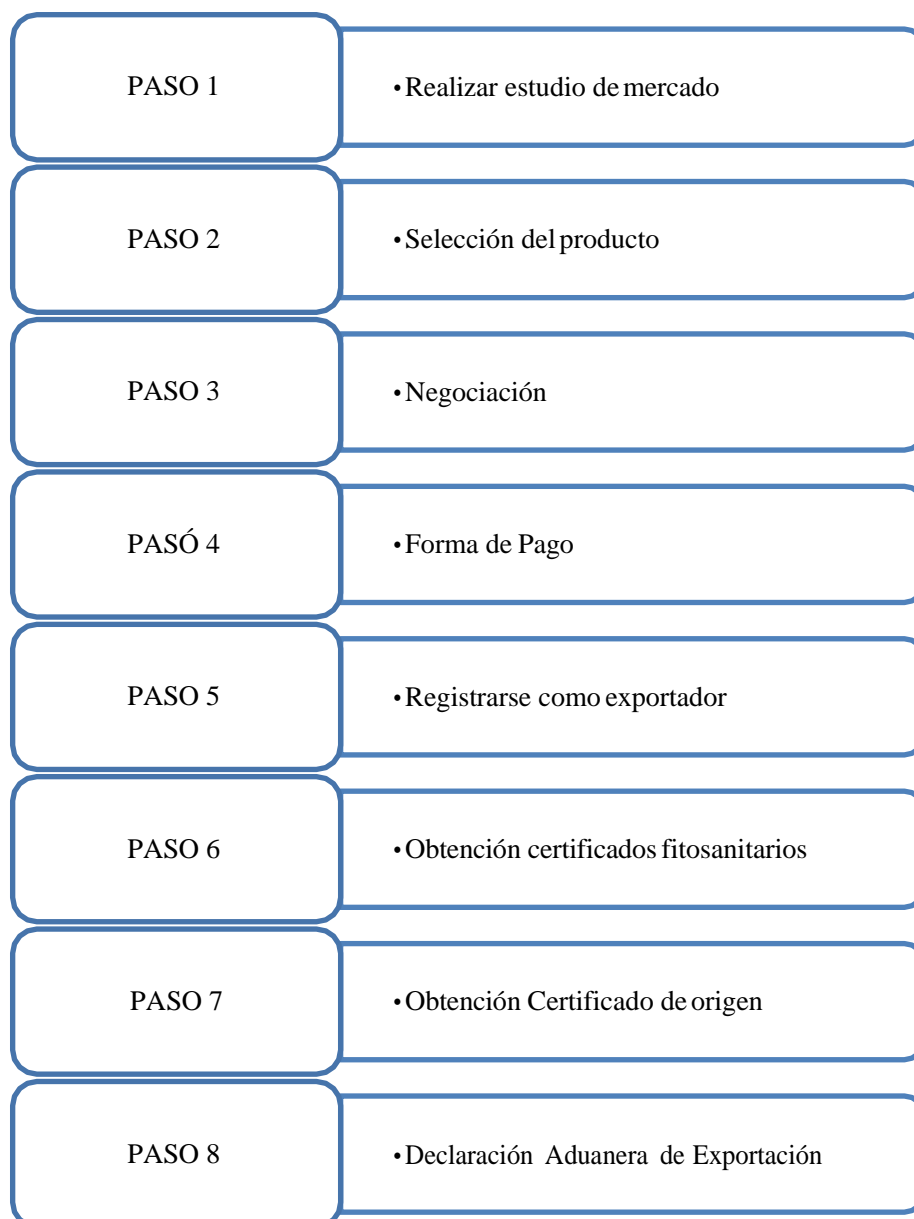
**Figura 12-3.** Proceso de producción Sumak Life

Fuente: Sumak Life

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

### 3.6.3. *El proceso de exportación*

Los pasos y procesos que se va a utilizar en esta investigación son los que se menciona según la autora, basándose en parámetros que se acoge de los tres autores anteriormente mencionados, considerando que son los más coherentes para una mejor propuesta de trabajo.



**Figura 13-3.** Proceso de exportación Sumak Life

**Fuente:** Sumak Life

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.6.4. Estudio De Mercado

#### 3.6.4.1. Análisis del mercado

El reino de España es una nación que se encuentra ubicada en Europa occidental la península ibérica es ocupada en su mayoría por sus cincuenta provincias, sus fronteras terrestres son: Francia y con el Principado de Andorra al norte, con Portugal al oeste y con la colonia británica de Gibraltar al sur, cuenta con una gran historia marcada por guerras e invasiones, posteriormente el



descubrimiento de América liderado por Cristóbal Colón en 1492, dejó varias colonias en el nuevo continente, con la independencia se han desarrollado relaciones internacionales con varios países.

Está regido por una monarquía parlamentaria, el jefe de Estado es el rey, quien arbitra y modera el funcionamiento de las instituciones públicas incluyendo el ejército, las elecciones generales se celebran cada cuatro años por sufragio universal, tienen derecho al voto los mayores de 18 años. El poder judicial está integrado por jueces y magistrados, que tienen la potestad de administrar justicia en nombre del rey.

En la actualidad es miembro fundador de la Unión Europea, y participa activamente en el comercio exterior, su actividad comercial con países europeos es de 66.3%, mientras que con América es del 10.7% en lo referente a las exportaciones, mientras que en las importaciones adquiere el 12.1% de América, los productos que tienen mayor acogida son las materias primas y productos similares.



**Figura 14-3.** Ficha técnica de España  
**Fuente:** Proecuador, 2019  
**Elaborado:** Proecuador, 2019

Barcelona es el mercado objetivo que tiene el presente trabajo de titulación, es una comunidad autónoma de Cataluña, cuenta con una población de 3 291 654 habitantes en 2019, siendo la segunda ciudad más poblada de España, el PIB nominal de 142 223 millones USD y un PIB per cápita nominal de 30 619 USD, en la actualidad, Barcelona alcanza una población de 1.664.182 de personas, está reconocida como una ciudad global por su importancia cultural, financiera, comercial y turística en la Unión Europea. Tiene uno de los puertos más importantes del Mediterráneo y un Aeropuerto internacional.

### 3.6.4.2. Población consumidora

La población de España está constituida por 46'736.782 habitantes, el 50.98% son mujeres, la mayoría son personas que superan los 40 años de edad, una de las principales preocupaciones del gobierno es su alto porcentaje de adultos mayores que requiere atención médica para procurar una adecuada calidad de vida, otro de los problemas es la baja tasa de natalidad que preocupa en su impacto económico que esta tenga, existen inmigrantes de varias nacionalidades en su territorio nacional de los cuales se destacan los de nacionalidad rumana, marroquí y ecuatorianos.

En Barcelona su población tiene una gran presencia de inmigrantes provenientes de 179 nacionalidades siendo las principales la italiana, china paquistaní y latina quienes han hecho de esta ciudad su hogar, cabe destacar que su tasa de natalidad ha ido bajando en el 2003 fue del 8% mientras que en el 2018 se reportó el 4.7%, en un estudio se pudo establecer que el 16.9% tienen obesidad, el 18.4% posee un porcentaje de hipertensión arterial, 17.3% dolores lumbares, el 6.9% depresión y el 6.8% diabetes según los datos reportados en la revista La Vanguardia (2015).

El cultivo de quinua en España despierta mucho interés según (Calvo A. , 2020), entre los agricultores debido principalmente al elevado precio del grano, consecuencia de a publicitación de sus excelentes propiedades nutricionales, su carencia de gluten y buena digestibilidad, por tal razón desde el 2019, en la localidad de Andalucía se inicia con la producción de Quinua, actualmente, las principales áreas de cultivo se concentran en el Valle de Guadalquivir , sobre todo en la provincia de Córdoba, que agrupa el 78% de la superficie dedicada a este cultivo en España, con 1.320 ha. Las restantes 373 hectáreas quedan repartidas entre Sevilla y Málaga. Podemos decir que es un mercado que se ha venido dinamizando y a procurando generar productos similares en su territorio para ser la principal fuente de consumo.

A continuación, presente los datos investigados del mercado:

**Tabla 6-3.** Demanda insatisfecha

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Mercado Objetivo</b>	<b>Productos anuales</b>
2020	1.664.182	582.464	454.322	128.142	5.650	67794
2021	1.674.167	585.958	380.873	205.085	5.933	71190
2022	1.684.212	589.474	383.158	206.316	6.229	74750
2023	1.694.317	593.011	385.457	207.554	6.541	78487
2024	1.704.483	596.569	387.770	208.799	6.868	82411

Fuente: Idescart

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

En base a los datos que se han podido recopilar del mercado podemos decir que cuenta con una población de 1.664.182 de los cuales se pudo determinar que el 35% de sus habitantes por varias condiciones médicas o cambios en su estilo de vida esta dispuestas a consumir este tipo de productos, dirigiéndose a lugares donde los comercialicen, el 78% tiene una marca conocida y no está dispuesta a cambiarla mientras que el 22% restante está dispuesta a probar diferentes alternativas hasta encontrar una que les agrade y se sientan confiados en su consumo, para el primer año quedo una demanda insatisfecha de 128142 personas, por las condiciones de la comercialización y las restricciones propias de la exportaciones se espera atender a 5650 personas con un consumo de 12 unidades al año llevando a ser de 67794 unidades al año, cabe destacar que se plantea este porcentaje ya que se comercializara en puntos definidos hasta que exista la consolidaron de la marca en el mercado.

#### *3.6.4.3. Preferencia de los consumidores*

Por las condiciones propias del entorno de la población, las preferencias de los consumidores en Barcelona son las siguientes, el comportamiento adquisitivo de los consumidores españoles, por lo general se ha desarrollado una tendencia al consumismo y la voluntad de probar productos nuevos, principalmente enfocados al cuidado de la salud adquiriendo productos con un alto valor nutricional, por los varios problemas médicos que viven.

Otros factores claves son las facilidades de pago y forma de comercialización en medios electrónicos, el consumo de productos procesados en varias presentaciones, que pueden ser consumidos en cualquier momento del día.

#### *3.6.4.4. Tendencia de mercado*

En Barcelona la quinua es relacionada con el término orgánico, esto llamó la atención a los especialistas en alimento. Su popularidad es el resultado directo de la sensibilidad de los consumidores de la necesidad de una alimentación más saludable y la influencia que tienen sobre este particular los inmigrantes latinos.

La quinua ha superado la condición novata en el sector alimentario, el 72% de los españoles adquiere productos ecológicos en hipermercados y supermercados, el 30% visita tiendas bio y el 9% los adquiere online.

El consumo de productos ecológicos es mayor en las zonas urbanas de gran población, con especial importancia de Madrid y Barcelona. Además, este tipo de productos tienen mayor presencia en los lineales a medida que crece la superficie de los establecimientos, como consecuencia de la capacidad de estos para establecer áreas especializadas en esta clase de productos (Calvo, 2016).

### 3.6.5.5. *Acuerdos comerciales entre Ecuador y España*

En un reportaje presentado en la revista del Exportador (2019) se pudo establecer los movimientos del comercio exterior que mantiene Ecuador con España, inicialmente las importaciones aumentaron un 16,2% en el año 2018, con un valor de 22.121 millones de dólares en productos agroalimenticios, bebidas, bienes de consumo y productos industriales y/o tecnológicos, mientras que las exportaciones totales aumentaron un 13% para alcanzar un valor de 21.606 millones de dólares, los principales productos son: preparaciones y conservas de pescado, camarones y langostinos, productos agrícolas y aceite de palma y sus fracciones entre las principales partidas arancelarias; que no se hayan desalentado las importaciones y de que estas hayan servido para incrementar un 10% la recaudación de impuestos por este origen, que han pasado de suponer 3.479 millones de dólares en 2017 a aportar 3.830 millones de dólares el año pasado.

En 2018, nosotros decidimos fomentarlas, no bloquearlas, porque el 60% de ellas son materias primas y bienes de capital, que no se producen en el Ecuador. En conclusión, podemos decir que las relaciones comerciales con España representaron 506 millones de euros en 2018, un 4,7% menos que en el ejercicio anterior.

## **3.7. SELECCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR**

### **3.7.1. *Quinua***

Elaborados de quinua orgánicamente certificados, son alimentos alternativos hechos con fórmulas balanceadas a partir de quinua certificada que nos proporciona:

- Proteínas, ideal para que los niños crezcan sanos, fuerte e inteligentes entregando el 16.5 gramos en la dieta diaria.
- Grasas necesarias para generar energía con 6,3 gramos.
- Minerales para fortalecer un óptimo metabolismo como son los hidratos de carbono, fosforo, magnesio y zinc.
- Vitaminas que protegen la salud, sistema nervioso y todo el material genético.
- Energéticos obtenemos suficiente energía para el trabajo, deportes y actividades diarias.
- Es una fuente de calcio necesario para el mantenimiento óseo y del organismo de manera general.

Sumak Life se enfoca en la producción y comercialización de diez productos elaborados orgánicamente, de los cuales ocho en base a quinua:

- Barras energéticas Enerquinua
- Choco quinua
- Galletas de quinua con cebada presentación de 280 gramos (6 paquetitos de 48 gramos más o menos) y 240 Gramos.
- Granola de Quinua con Panela Popqui`s, presentación 1 Kilo, 270 gramos y de 40 gramos.
- Harina de Quinua
- Quinua en Grano
- Quinua expandida Natural Popqui`s; Presentación de 1 Kilo y de 270 gramos.
- Tallarín quinua
- Plantas deshidratadas y molidas
- Infusiones (por modificar formulaciones)

Todos los productos cuentan con certificación orgánica alemana de BCS ÖKO- GARANTIE a excepción de la choco quinua y las barras energéticas.

### 3.7.1.1. Descripción del producto

Popqui`s (cereal de quinua con uvilla deshidratada)

El producto que se va a desarrollar consiste en un cereal de Quinua, la misma que está elaborada con quinua orgánica 100% ecuatoriana; y debido a que se la va a exportar a Barcelona- España, va a ser necesaria la certificación de producto orgánico, ya que este mercado es muy selectivo al momento de comprar alimentos.

Los componentes de este producto van a ser rigurosamente seleccionados para qué no haya problemas de calidad que impidan exportarlo. Estos son:

Granola de quinua con panela popqui`s	Quinua expandida popqui`s
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agua purificada,</li> <li>• Panela</li> <li>• Quinua, y,</li> <li>• Uvilla deshidratada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quinua orgánica</li> <li>• Pasas sin semilla</li> <li>• Aceite de palma</li> </ul>

**Figura 15-3.** Ingredientes de cada uno de los productos

**Fuente:** Empresa Sumak Life

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



**Figura 16-3.** Granola de quinua con Panela Popqui's

**Fuente:** Empresa Sumak Life ,(2017)

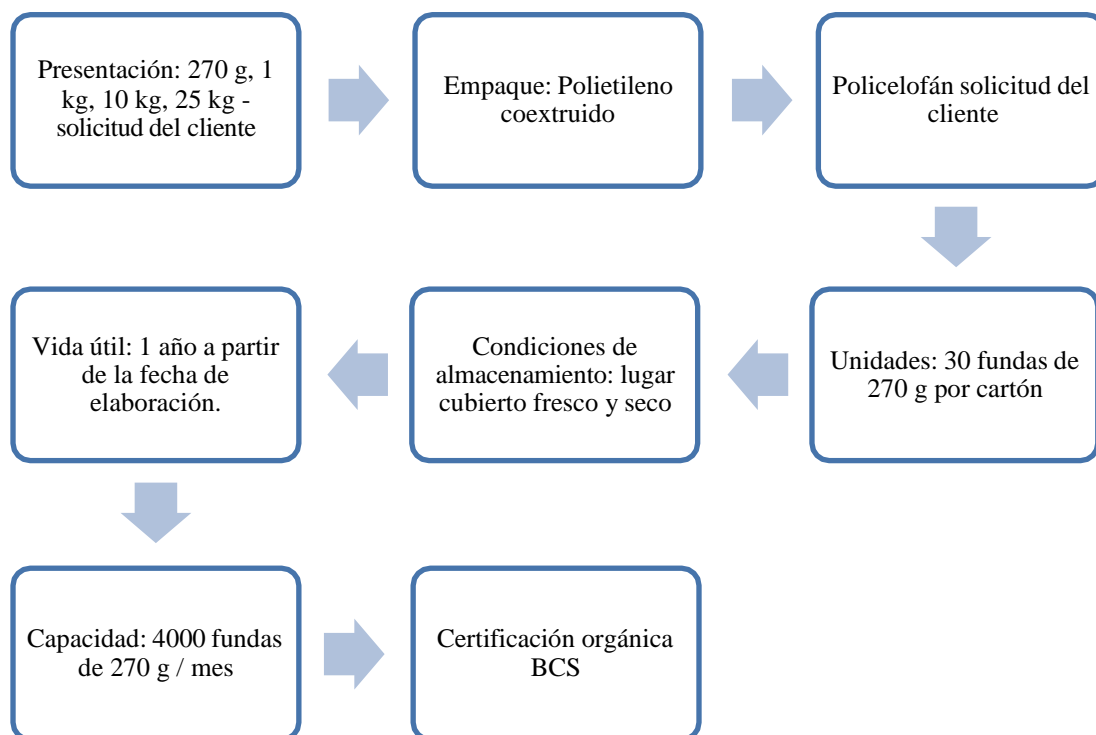
**Elaborado por:** Empresa Sumak Life



**Figura 17-3.** Quinoa expandida

**Fuente:** Empresa Sumak Life ,(2017)

**Elaborado por:** Empresa Sumak Life

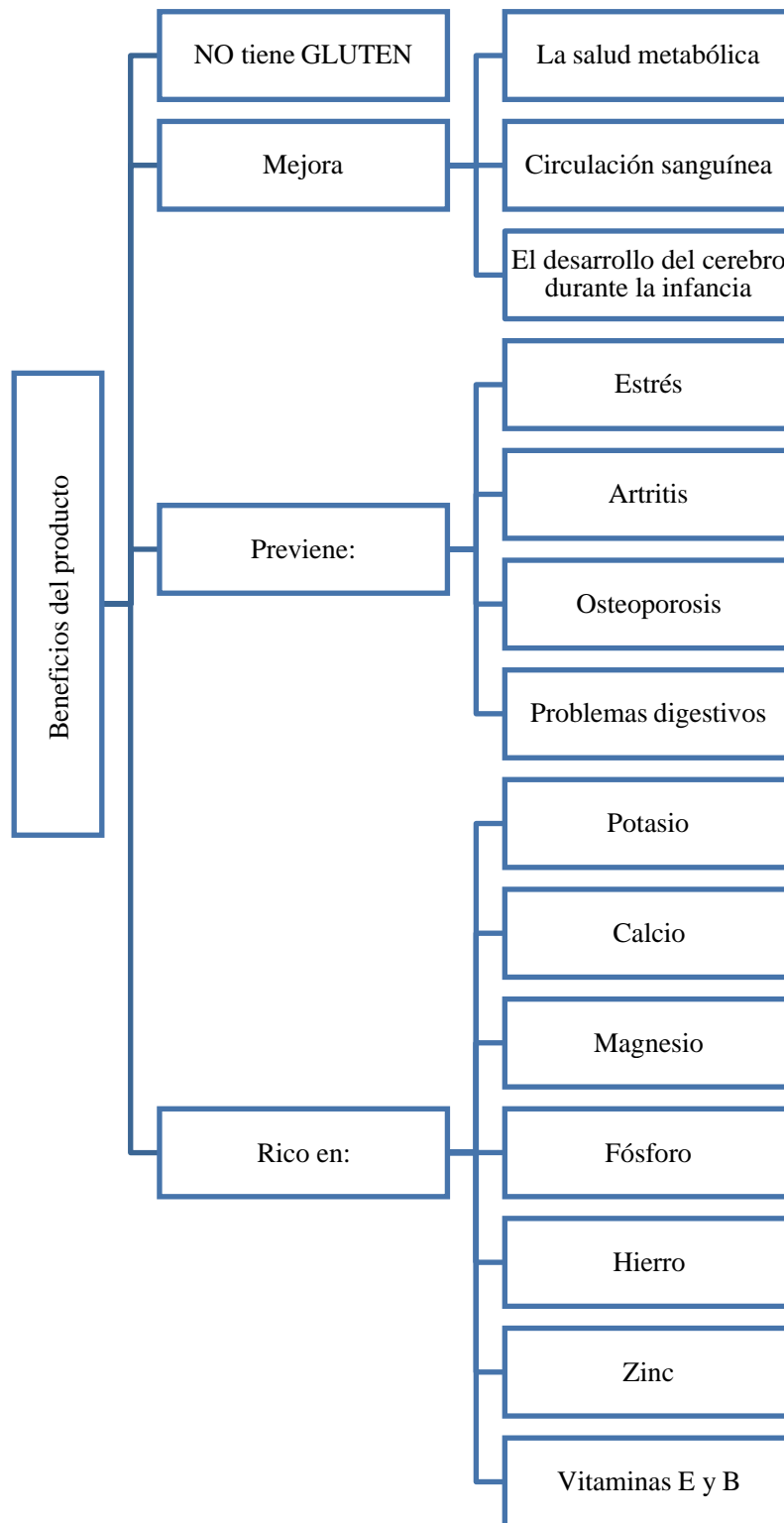


**Figura 18-3.** Características del producto a exportar

**Fuente:** Empresa Sumak Life

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

Las características en las cuales se puede comercializar los pedidos que tiene la empresa por parte del mercado internacional deberán ser pactadas en base a la disponibilidad que tiene Sumaklife. La quinua es considerada un súper alimento por sus propiedades y complementa la alimentación garantizando los requerimientos nutricionales diarios.



**Figura 19-3.** Beneficios de la quinua

Fuente: Empresa Sumak Life

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021



### 3.7.1.2. Envase, empaque y etiqueta

- **Envase**

El envase que se va a utilizar para la línea de productos popqui`s va a ser en bolsas de plástico HDPE desechable las mismas que debe cumplir con un sellado a menor temperatura para tener seguridad en la entrega del producto, barrera contra humedad con una permeabilidad de 0.4g/cm<sup>3</sup>, permitiendo un almacenamiento adecuado sin mayores riesgos para la integridad del artículo, una barrera contra gases como O<sub>2</sub>yCO<sub>2</sub>, se mantiene un filtro del olor original del producto en caso de que se punza, rasga y rompa se puede generar condiciones para prevalecer las características físicas del producto.

- **Empaque**

El empaque es una envoltura de un producto que tiene la finalidad de trasladarlo de un lugar a otro, sin importar las amplias distancias a recorrer, es de fácil manipulación y con características que generan la confiabilidad en el flete internacional.

El cartón corrugado ofrece algunas ventajas para el transporte de alimentos, sobre todo para aquellos que son frágiles como galletas, cereales o frutas ya que es un material fuerte y resistente deformidades que aplasten los alimentos.

#### **Características:**

- 100% reciclable
- Económica
- Implantar una marca que lo posicionen en el mercado
- Resistencia a la compresión
- Se incluyen indicaciones para el traslado y almacenamiento con la finalidad de salvaguardar los productos.



**Figura 20-3.** Modelo de empaque

**Fuente:** Empresa Sumak Life,

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

- **Etiquetado**

Es imprescindible que todo producto mantenga la etiqueta que lo identifica, principalmente si existe un traslado internacional, también se deberá incluir el término “orgánico”, “ecológico” o “biológico” se podrán utilizar únicamente si se cuenta con una certificación que avala su concepción.

Los productos para exportación deberán mantener los requisitos de etiquetado exigidos por el país, abalizados por el permiso otorgado por la agencia certificadora, uno de los principales componentes del etiquetado es la presentación del valor nutricional, se presenta a continuación:

**Tabla 6- 3:** Información Nutricional

<b>Información Nutricional</b>		
<b>Tamaño por porción</b>	<b>30g</b>	
<b>Porción por envase</b>	<b>9</b>	
Cantidad por porción:		
Energía 528 KJ(126Kcal)	Energía de la grasa	
75 KJ(18Kcal)		
%		
Valor Diario		
<b>Grasa Total</b>	2 g	3%
<b>Grasa Saturada</b>	1 g	3%
<b>Ac. Grasos Trans.</b>	0 g	
<b>Ac. Grasos mono insaturados</b>	0,5g	-
<b>Colesterol</b>	0 mg	0%
<b>Sodio</b>	0 mg	0%
<b>Carbohidratos totales</b>	20 g	7%
<b>Fibra Dietética</b>	2 g	7%
<b>Azúcares</b>	3 g	-
<b>Proteína</b>	4 g	8%
<b>Hierro 16%</b>	<b>Calcio 2%</b>	
<b>*Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 8380 KJ (2000 calorías)</b>		

Fuente: Empresa Sumak Life

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

### 3.7.2. Precio del producto

El precio del producto en fábrica y para exportar se detalla en la tabla siguiente:

**Tabla 7- 3.** Precio del producto en fábrica

<b>PRECIO DEL PRODUCTO EN FABRICA</b>	
Costo de producción unitario	1.54
Rentabilidad 40%	0.69
Empaque	0,20
Embalaje	0,10
Estiba	0,05
<b>PRECIO EXW</b>	<b>2.58</b>

**Fuente:** Empresa Sumak Life  
**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.7.2. Marketing

Para la presentación del producto en el mercado de Barcelona se debe aplicar publicidad y promociones empleados redes sociales, según la AEEN (2020), España ha incrementado en un 55% el uso del Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, definiendo en ese estudio que un español promedio destina 2 horas mínimo a estos medios, siendo la manera ideal de llegar al consumidor.

La empresa que adquiera los productos para la comercialización en Barcelona puede incluirlo en sus catalogo o ventas electrónicas, las mimas que son habituales generando una relación directa con el consumidor.

Las empresas que venden estos productos en Barcelona son las siguientes:

**Tabla 8 - 3.** Posibles clientes

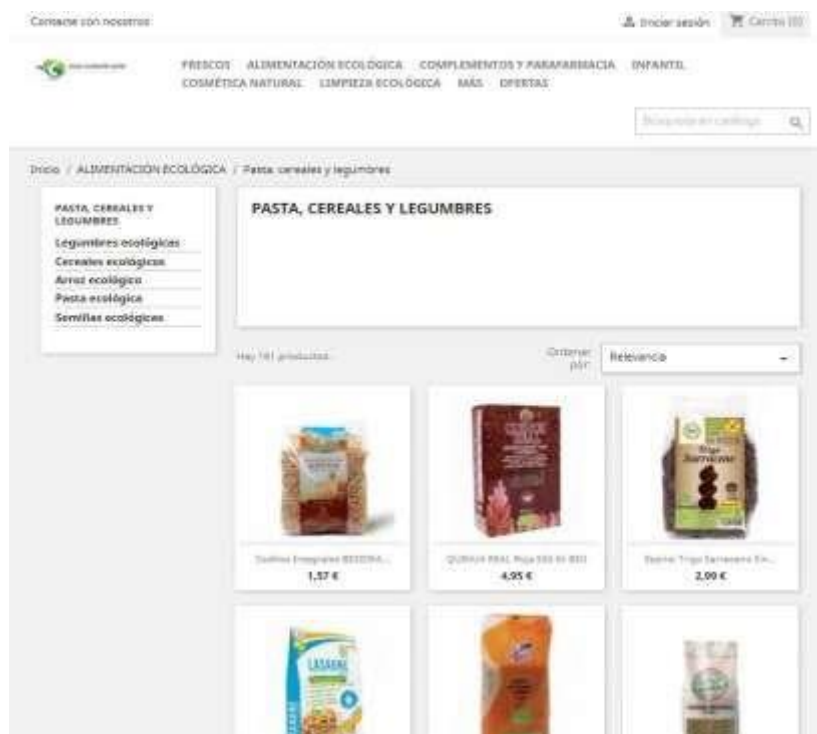
<b>No.</b>	<b>Razón social</b>	<b>Detalle</b>
<b>1</b>	ECO PLAZA	Más treinta años comercializando productos orgánicos cuentan con marcas naciones e internacionales.
<b>2</b>	SALIR	Comercializa productos naturales que sean de origen orgánico.
<b>3</b>	CLICKOALA	Cuentan con catálogos donde se presentan

		productos y las ofertas que da la empresa al consumo de estos productos.
4	ECOE CUIDATE	Comercializan de diversos productos de origen natural, que cumplan con certificaciones y sean necesarios para mejorar la calidad de vida de la población.
5	KOMPASS	Una empresa que tiene una gran variedad de productos orgánicos y cuenta con comercialización en línea.
6	AL CAMPO	Una de las empresas proveedora de alimentos y productos varios con mayor reconocimiento a nivel nacional,

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

**Tabla 9- 3.** Modelo de página web



**Fuente:** Proceso de investigación 2020.

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

Para la presentación de productos varias empresas crean catálogos electrónicos que son enviados a varios clientes para que puedan realizar sus pedidos en un tiempo determinado de tiempo.

**Tabla 10 -3.** Modelo de catálogo electrónico



**Fuente:** Proceso de investigación 2020.

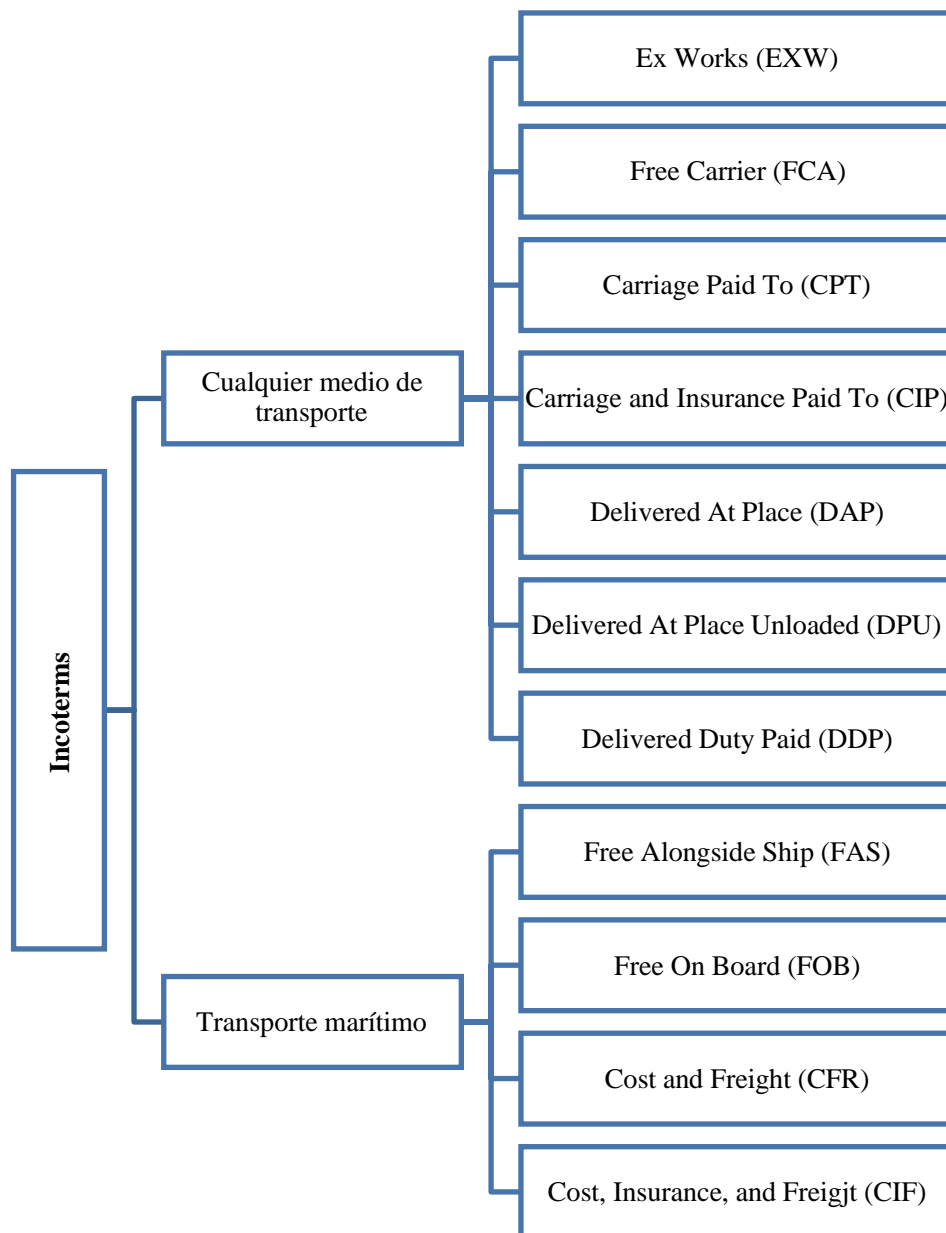
**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.8. NEGOCIACIÓN

En base a la adquisición el exportador (Ecuador) e importador (España), deberán ponerse de acuerdo principalmente en tipo de Incoterms que se va a usar en la operación de comercio exterior, el tiempo y lugar de entrega, además de la forma de pago a ser empleada, la misma que debe tener vigencia en ambos países.

#### 3.8.1. Incoterms

Los términos de negociación internacional permiten definir las responsabilidades de los actores del comercio exterior, definen acciones puntuales sobre lo que ejecuta en las operaciones son:



**Figura 21-3.** Tipos de Incoterms

**Fuente:** (Romero, 2020)

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

El proceso de exportación en este trabajo de titulación se lo realiza bajo el término FOB, por lo cual cada una de las partes cumpla con las acciones previstas y se consolide la operación de comercio exterior, las siguientes responsabilidades de cada una de las partes son:

### **3.8.1.1. Responsabilidad del vendedor:**

- Contratar y pagar el transporte de la mercancía desde la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, hasta el puerto de Guayaquil.
- cancelar un seguro interno que permita garantizar que la mercancía adquirida llegue no ningún tipo de daño al puerto de destino.
- Las mercancías deberán estar ya listas en su empaque y embalaje para ser transportadas.
- Cubrir los costos que implica subir al buque contratado la mercadería.
- De igual forma realizar las formalidades aduaneras de exportación (documentos, permisos, requisitos, impuestos) y pagar los gastos que se generan (maniobras, almacenaje, agentes).

### **3.8.1.2. Responsabilidades del comprador:**

- Contratar y pagar el transporte marítimo, se pagará el seguro necesario para el flete internacional de la mercadería.
- Efectuará el pago por el estiaje en el puerto de destino y demás pagos que sean necesarios para mantener los productos ahí.
- Contratará al agente aduanero para que se finalice el papeleo interno (documentos, permisos, requisitos, impuestos) en la aduana de destino.
- Realizar las formalidades aduaneras de importación
- Pagará el transporte interno y seguro de movilización si considera pertinente de la mercancía hasta la empresa de destino.

### **3.8.1.3. Régimen de exportación**

El régimen de exportación que se va a aplicar es la definitiva debido a que es un producto de consumo, el régimen aduanero permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, con la finalidad de impulsar la economía y la balanza comercial.

### **3.8.1.4. Clasificación arancelaria**

**Tabla 11 - 3.** Clasificación Arancelaria

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Autorización para Exportar</b>	<b>Arancel</b>
	Quinoa(quínoa)		

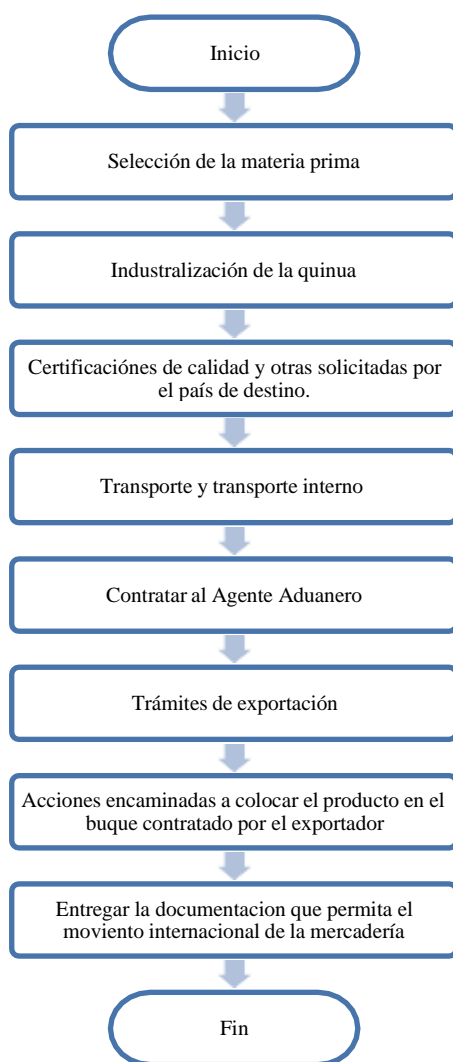
1008.50	( <i>Chenopodium quinoa</i> )	HABILITADA	%
---------	-------------------------------	------------	---

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2010)

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

### 3.8.2. Logística

El proceso logístico permite que los productos exportados lleguen a su destino de manera eficaz, y se debe desarrollar de la siguiente manera:



**Figura 22-3.** Proceso de exportación

Fuente: (Romero, 2020)

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

- Empieza desde las asociaciones de la provincia, donde hay dos tipos de quinua en las cuales son procesadas por productores que tienen alianza directa con la empresa Sumak Life.



- Posteriormente sacar la quinua perlada y quinua en grano estos dos tipos de quinua pueden ser comercializadas dependiendo de la demanda requerida y de los productos que se deben elaborar tanto para las entregas nacionales como internacionales.
- Posteriormente se realiza la transformación de quinua perlada en quinua expandida colocando los ingredientes como lo son la panela y la uvilla deshidratada en los porcentajes definidos en la receta.
- Se efectuará el proceso de certificación y cumplimiento de la normativa del país de destino con la finalidad de que cumpla con las expectativas dadas en el momento de la negociación.
- Se realiza toda la tramitación para que el producto sea transportado al mercado internacional y cumpla con las características de calidad exigidos en el mercadointernacional.
- Se inicia el proceso de comercialización receptando pedidos por medios digitales y de esta manera cubrir con la demanda prevista.
- En el momento que exista la negociación para las exportaciones se deberá contratar a una empresa que se encargue del transporte interno del producto hasta que llegue al puerto de origen.
- Se deberá contratar al Agente aduanero que dará trámite al proceso de exportación en base al Incoterms seleccionado entre las partes que realizan la operación de comercio exterior.
- Se deberá efectuar los pagos necesarios dentro de la aduana para que los productos queden listos en el buque que efectuará el flete internacional.

### **3.8.3. *Transporte y seguro en el país de origen***

Existen varias empresas que se dedican al transporte de mercadería dentro del territorio nacional, las mismas que poseen un seguro que garantiza que la carga llegue y si pasará algún inconveniente pueda cubrirse los costos según la póliza contratada.

En nuestro país existen varias empresas que dan este servicio a fin de movilizar la mercancía a los puertos, aeropuerto y de más puntos fronterizos.

Impoex	Pronexpre Cía Ltda.	SantosTrans S.A.	IMBACEM S.A
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se encarga del transporte interno y de más tramites necesarios para cumplir con las operaciones de comercio exterior.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ubicada en la ciudad de Ambato moviliza sus unidades por todo el país, posee un contrato de seguro interno que está incluido en el servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Es una línea de vehículos de carga pesados que se movilizan a nivel nacional para entregar diversos productos, cuentan con características especiales que permitan el movimiento seguro de la mercancía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Es una empresa que nace en la ciudad de Quito cuenta con unidades modernas e incluye un contrato de seguro en sus operaciones.</li> </ul>

**Figura 23-3.** Proveedores del servicio de transporte de mercancías

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

#### 3.8.4. Agentes aduaneros

Los agentes aduaneros son indispensables para el desarrollo de las actividades de comercio exterior, cumplen con un perfil académico y varios requisitos exigidos por la Aduana, entre las empresas de mayor reconocimiento tenemos las siguientes:

- GRUPO SERVIADUANA, se encarga de un acompañamiento revisando documentos para que no se den problemas en el país de destino, generando adecuados procesos en las aduanas que intervienen en la operación.
- DENKEL SERVICE S.A. esta empresa ha manejado varios tipos de carga cuenta con experiencia en los cinco continentes y ha generado confianza entre sus usuarios por la calidad en el servicio.
- IMPOEX, es una empresa integral posee transporte y seguro interno, todos los trámites aduaneros que deben cumplirse en el proceso de exportación, movilización internacional de la mercadería incluyendo el pago del seguro, y todos los procesos relacionados con la forma de pago y liberación de la mercadería.
- LOINDE logística intercontinental de Ecuador, efectúa todos los procesos relacionados con el comercio exterior, cuenta con gran experiencia en el tipo de producto que se desea exportar.

### **3.8.5. Flete internacional**

Una vez definido el medio de transporte para la operación internacional del comercio se deberá considerar cuales son los puertos, aeropuertos y zonas fronterizas que serán empleados para este fin. El tipo de transporte es marítimo, los puertos que permiten el embarque a nivel nacional son:

- **Puerto de Guayaquil**

En este puerto se moviliza el 70% de las operaciones de comercio exterior. Desde este lugar se moviliza la mercadería a Sudamérica y Europa y África.

- **Puerto Bolívar**

Es el segundo puerto marítimo más importante del país, canaliza el 80% de la producción bananera, por lo general se dedica a la exportación principalmente a Europa.

- **Puerto de Manta**

Es un puerto turístico, recibe cruceros por lo general.

La empresa Sumak Life se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo que es cercana a la provincia del Guayas, por lo que usar este puerto marítimo ahorraría tiempo y recursos en la movilización interna.

### **3.8.6. Empresas que se encargan del transporte marítimo en Ecuador**

Por mencionar se han incluido algunas de las más importantes:

- MARGLOBAL, normada por la norma ISO 9001 – 2015, con presencia en el mercado nacional y reconocido por su servicio electrónico de rastreo de los contenedores.
- CAMAE, cuenta con convenios con varias compañías internacionales que proveen los servicios a nivel mundial.
- FLETIMPEX, efectúa diferentes tipos embarques y ha sido reconocida internacionalmente incluido el THE BIZZ 2011, a la calidad en sus servicios.

### **3.8.7. Tipos de buques de carga que pueden emplearse**

- **Buque de carga general**

Es una embarcación básica, generalmente transporta carga seca y no es apto para contenedores varios limitando su uso.

- **Portacontenedores**

Este tipo de buque puede transportar contenedores estándar de 10, 20, 40 y 45 pies, los mismos que tienen control de temperatura, son ideales para el comercio internacional y se reporta

desembarques de este tipo de transporte en las islas Canarias ideal para la exportación a Barcelona.

- **Buque granelero**

Está equipado para el transporte de carga a granel, son buques muy versátiles facilitando el transporte internacional.

- **Buque frigorífico**

Transporta principalmente productos perecederos y alimentos, tiene una cubierta que minimiza el impacto solar en su superficie.

- **Otros**

Dependiendo de tipo de carga existen buques que transportan solo petróleo o cars químicas los mismos que deben cumplir altos estándares para evitar derrames y daños en el medio ambiente. También existen buques que trasladan cargas extremadamente pesadas y/o voluminosas, tales como maquinaria industrial especializada.

Para el presente trabajo de titulación se debería contratar un buque portacontenedores donde se pueden llevar varios tipos de cargas, producto debe trasladarse en un ambiente libre de humedad y con una temperatura adecuada, en caso de no estar disponible se aconsejaría el buque frigorífico por cumplir con especificación para el movimiento de carga, se debería partir del puerto de destino en España el cual es puerto de Barcelona.

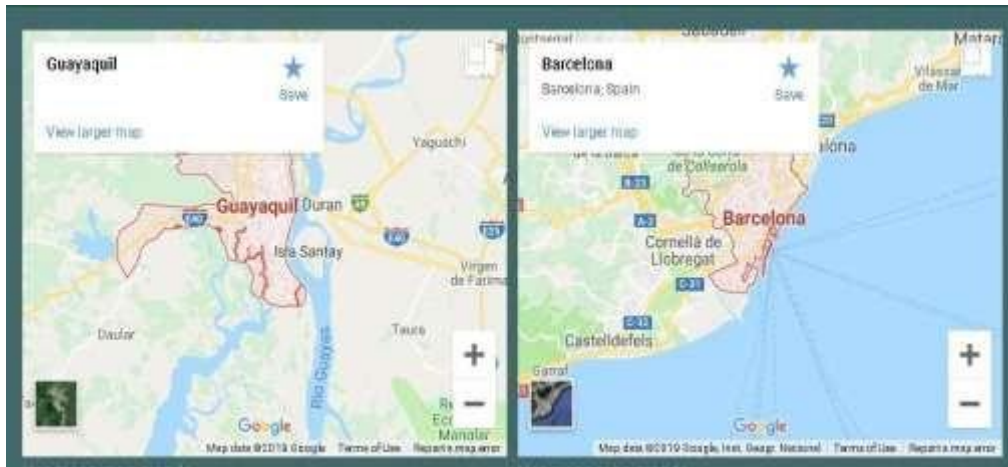
El tipo de contenedor empleado en el transporte de mercadería puede ser en un contenedor de 20 pies.



**Figura 24-3.** Contenedor

**Fuente:** Maerk

**Elaborado:** Barreno, Katerin. 2021



**Figura 255-3.** Puertos

**Fuente:** Maerk

**Elaborado:** Barreno, Katerin. 2021

El paletizado ira de acuerdo a la siguiente tabla tomando en cuenta las medidas del pallet a utilizar, así como también las dimensiones del contenedor el mismo que será un contenedor de 20”.

**Tabla 12- 3.** Paletizado

<b>PALLET 1,2M X 1,00 M</b>	
Dimensión de caja	0,50 X 0,40 X0,20
cajas por pallet	66
Pallet por contenedor	6
Fundas de Cereal por caja	28
Fundas de Cereal Por Pallet	1848
Kg por Caja	7,56 kg
kg por Pallet	498,96 kg
Kg por contenedor	2993,76 kg

**Fuente:** Proceso de investigación

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.8.8. Seguro internacional para el transporte de mercancía

La seguridad en el transporte de mercancías, n el medio de transporte que se dese emplear debe contar con un seguro, existen varios tipos de pólizas:

- Por viajes cubren la trayectoria definida, se pueden incluir transbordos, almacenamiento y paralizaciones del medio de transporte que debidamente establecido en el contrato del transporte.
- Pólizas de seguros abiertas cubren los bienes que estén dirigidos a un único cliente.
- Flotantes cubren el transporte de diferentes lugares y clientes por un tiempo determinado.
- Seguro forfait cubre un capital es habitualmente contratado por empresas de transporte. Las empresas aseguradoras que tienen presencia internacional son las siguientes:
  - ZURICH ECUADOR su servicio incluye la instalación de un chip de carga en la mercancía a transportar, sus procesos son automatizados y su respuesta a siniestros es mínimo.
  - AIG METROPOLITANA, tienen pólizas todo riesgo, con pagos que pueden ser total o parcial, se definen condiciones para la generación de la póliza.
  - LIBERTY SEGUROS es una empresa con presencia en más de 100 países, es adecuada para la contratación de los bienes.

En lo referente a la empresa aseguradora sería recomendable contratar a AIG METROPOLITANA que tiene presencia en Europa y cubre su póliza todo riesgo abierto debido a que la carga va dirigida a un solo puerto de destino.

### **3.9. FORMA DE PAGO**

La forma de pago que la empresa debe aplicar sería la carta de crédito la misma que garantiza que a la entrega de la mercadería en el puerto de destino se libere el desembolso convirtiéndose en un mecanismo seguro en caso de incumplimientos por una de las partes.

Este tipo de documentos financieros son emitidos por el Banco Internacional, del Pichincha o Produbanco solo por nombrar algunas instituciones financieras:

Es un compromiso de pago irrevocable entre el importador a favor del exportador, pagadero a la vista o a plazo, contra el cumplimiento de los términos de negociación. Siendo sus principales beneficios

- Facilita y respalda la gestión de comercio exterior, brindando la posibilidad de gestionar mejor los riesgos implícitos.
- Garantiza el pago oportuno una vez cumplida las condiciones negociadas entre las partes.
- Posibilita financiamientos las operaciones con la existencia de la carta de crédito.

Los requisitos que deben cumplir son los siguientes:

- Contrato para emisión de Carta de Crédito
- Copia de la póliza y aplicación de seguro de transporte

- Copia de la factura proforma
- Carta declaración de exportación.
- Convenio emisión Carta de Crédito
- Otros documentos solicitados según sea el caso.

### 3.10. REGISTRARSE COMO EXPORTADOR

Para ser considerado exportador se requiere cumplir los siguientes requisitos definidos por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2017):

Pasó 1; Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Este es un documento virtual que certifica la vinculación de la firma electrónica con una persona definida; tiene la misma validez legal y está amparada en la Ley de Comercio Electrónico.

Los pasos para obtener la firma electrónica son los siguientes

- Ingrese la solicitud en [www.eci.bce.ec](http://www.eci.bce.ec).
- De clic en la pestaña Firma Electrónica.
- Ingrese a “Solicitud de Certificado”. Llene el formulario y adjunte los requisitos solicitados.

The image shows a web form titled 'Solicitud Formulario' on the 'CERTIFICACIÓN ELECTRÓNICA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR' website. The form is under the 'Datos Personales' section and contains the following fields:

- \*Cédula / Pasaporte: 003437542
- \*Primer Apellido: [Empty text box]
- RUP (Compras Públicas): [Empty text box]
- RUC: Para Facturación Electrónica o ECUARUNSS
- \*País Domicilio: ECUADOR
- \*Provincia domicilio: Seleccione...
- \*Dirección de domicilio: [Empty text box]
- \*Teléfono Domicilio: [Empty text box]
- \*Nombres: [Empty text box]
- \*Segundo Apellido:  Marque esta opción, en caso de no tener Segundo Apellido. [Empty text box]
- Actividad Económica: Seleccione...
- \*Ciudad de domicilio: Seleccione...
- \*Sector domicilio: [Empty text box]
- Celular: [Empty text box]

**Figura 26-3.** Solicitud Formulario de firma electrónica

**Fuente:** Pagina web BCE, 2018

**Elaborado por:** Pagina web BCE, 2018

- Aprobada la solicitud realice el pago del certificado en las ventanillas de Registro Civil de la ciudad donde solicitó el servicio.

- Retire su certificado en la oficina que eligió portando su cédula o pasaporte.

Requisitos para obtener el Certificado de Firma Electrónica, definidos en el Registro civil (2018), son los siguientes:

#### **Persona Natural**

- Digitalizado de cédula o pasaporte a color.
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada.
- Digitalizado de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.

#### **Persona Jurídica**

- Digitalizado de cédula o pasaporte a color.
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada.
- Digitalizado del nombramiento o certificado laboral firmado por el representante legal.
- Autorización firmada por el representante legal.



**Figura 27-3.** Llave de facturación electrónica

**Fuente:** Security data

**Elaborado por:** Security data

Paso 2: Registrarse en el portal de ECUAPASS, donde se generará un usuario y contraseña se podrá actualizar la base de datos y registrar la firma electrónica que facilitará el proceso de comercio exterior en el país.

Una vez adquirido el RUC y el certificado digital se debe registrar como exportador en el ECUAPASS desde un punto de acceso virtual, este proceso ya fue efectuado por Sumaklife ya que participa activamente en el comercio electrónico hace muchos años.

Actividades a cumplirse son:

- Ingresar al portal de Ecuapass,
- Generar la “Solicitud De Uso”.



- Crear el usuario y contraseña, donde se registre los datos:
- Ruc
- Razón Social
- Dirección de la empresa
- Teléfono de la empresa
- Información del representante legal
- El representante legal proseguirá a ingresar la información de manera digital, según la ubicación de certificación.
- Aceptar las políticas de uso para continuar, y obtener el contrato a través de ECUAPASS.



**Figura 28-3.** Portal Ecuapass

**Fuente:** Security data

**Elaborado por:** Security data

### 3.10.1. *Tramites de exportación*

A toda exportación de origen ecuatoriano deben presentar una declaración aduanera de exportación con la respectiva documentación que permita acceder al mercado español entre los que se destacan: la factura comercial, documento de transporte en este caso como es vía marítima, certificado varios definidos según el tipo de carga.

### 3.10.1.1. *Declaración aduanera de exportación*

Todas las exportaciones parten de una declaración aduanera de exportación (DAE) emitida por el sistema ECUAPASS, donde se incluirán los siguientes datos:

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

Una vez aceptada la DAE, los productos pueden ser ingresados en la Zona primaria para el embarca, en el depósito temporal de exportación, donde se aplica el aforo documental, el aforo físico si fuera necesario.

### 3.10.1.2. *Factura comercial*

La factura comercial es un documento privado que abaliza una transacción de mercancía a favor de su adquirente; refleja la libre voluntad de las partes bajo las condiciones negociadas con anterioridad, pero al mismo tiempo debe ajustarse a normas y usos internacionales.

La factura comercial de exportación muestra el valor de transacción que es la base para calcular los derechos arancelarios en el país importador; además funciona como el principal documento en la transmisión de la DAE ya que funciona como un documento de soporte.



To be used also as PORT TO PORT B/L		B/L No. 1040		<b>SHIPPER:</b>	
		TEXMEN, S.L. C/ SAN JOSÉ PERALES, 85 46870 ONTENIENTE (VALENCIA) SPAIN			
		<b>CONSIGNEE</b>			
<b>NOTIFI PARTY</b>		TO THE ORDER OF JORDAN NATIONAL BANK.			
MOHAMED ABU AND ZIYAD AL MOUTHASEB AND PARTNERS FOR TRADE AND INVESTMENT CO., 23, P.O. BOX 66608 EAST JERUSALEM ISRAEL					
<b>CARRIER:</b> ATLANTICA S.p.A DI NAVIGAZIONE					
<b>PLACE OF ACCEPTANCE:</b>		<b>PORT OF LADING:</b> VALENCIA SPAIN	<b>VESSEL:</b> EMMA MAERSK	<b>VOYAGE:</b> 46	
<b>PORT OF DISCHARGE:</b> ASHDOD PORT		<b>PLACE OF DELIVERY:</b>	<b>FINAL DESTINATION:</b> ASHDOD		
Marks and numbers	Packages	Description of Goods		Weight declared	Measurement
GRIU 110.329-8 27546825  <b>CLEAN ON BOARD</b>		1x20' CONTAINER FCL/FCL SHIPPER LOAD STOW AND COUNT HOUSE/HOUSE 110 CARTONS BLANKETS 100% COTTON, DELIVEY-TERMS CFR ASHDOD  GOODS TO BE SHIPPED WITH CONFERENCE LINE SHIPMENT FROM: SPAIN TO ASHDOD PORT FREIGHT PREPAID.		P 1800 KGS T 2000 KGS ----- 3800 KGS	

**Figura 30.1.** Bill of Lading

Fuente: (Garcia, 2017)

Elaborado por: Luna Garcia

### 3.11. CERTIFICADO FITOSANITARIO

El ministerio de agricultura y ganadería, a través de la Dirección Fitosanitaria y el Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), regula los procesos de certificación fitosanitaria para el cumplimiento de requerimientos fitosanitarios de los países importadores de productos vegetales, producidos en el Ecuador. (AGROCALIDAD)

Los certificados fitosanitarios pertenecen a un sistema de competitividad para la exportación de productos vegetales y productos reglamentados del Ecuador, ya que, con dichos certificados puede exportarse a otros países. Para ello se realiza una inspección fitosanitaria del producto se somete a un estudio para determinar su confiabilidad.

**ANEXO 1.**

**AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD**  
**PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DE ORNAMENTALES DE EXPORTACIÓN**

**LISTA DE CHEQUEO PROTOCOLO DE ACAROS** No. \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN GENERAL**

Fecha Inspección: \_\_\_\_\_ Hora Inspección: \_\_\_\_\_  
 Finca: \_\_\_\_\_ Registro: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_  
 Razón Social Exportador: \_\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_  
 No. de Ha en producción a la fecha: \_\_\_\_\_  
 Correo electrónico: \_\_\_\_\_ No. Teléfono / celular de contacto: \_\_\_\_\_

**DESCRIPCIÓN DE MATERIAL VEGETAL**

Rosa  Flor de verano  especifique: \_\_\_\_\_  
 Bouquet  Follajes  especifique: \_\_\_\_\_  
 Flores tropicales  Crisantemo  Otro  especifique: \_\_\_\_\_

**PAIS DE DESTINO**

USA  Rusia  Panamá  Chile  Europa  Otro  especifique: \_\_\_\_\_

El Inspector Fitosanitario de AGROCALIDAD que suscribe, después de realizar la inspección, ha observado lo siguiente:

	Si	No		Especifique el respaldo
1.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sistema de detección y monitoreo en cultivo	_____
2.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sistema de detección y monitoreo sala postcosecha	_____
3.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plan de capacitación del personal técnico	_____
4.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plan de manejo integrado de plagas	_____
5.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plan de contingencia para el control de la plaga	_____

Plagas Cuarentenarias o no cuarentenarias reglamentadas			
Plagas	No. especímenes vivos	No. Formulario Lab. / Fecha del envío	

Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 Nombre y Firma Representante Finca

\_\_\_\_\_  
 Nombre y Firma Inspector AGROCALIDAD

CI No. \_\_\_\_\_ CI No. \_\_\_\_\_

**Nota: Adjuntar respaldos fotográficos y físicos.**

**Figura 31-3.** Certificado Fitosanitario de Exportación

Fuente: AGROCALIDAD

Elaborado por: RRHH AGROCALIDAD

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro – Agrocalidad, es la autoridad Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, su principal función es la ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas. Para exportar productos orgánicos desde Ecuador se debe obtener una certificación emitida por una empresa certificadora autorizada por Agrocalidad.

Entre las empresas certificadoras de productos orgánicos en Ecuador más reconocidas se encuentran BCS OKO GARANTICE CÍA LTDA, CERESCUADOR. CÍA LTDA, ECOCERT ECUADOR, ICEA ECUADOR LTDA.

### 3.11.1. *Certificado Orgánico BSC*

Es un documento que certifica la producción saludable, ambientalmente amigable y socialmente justa define lo siguiente:

- Estándares Orgánicos:
- Instructivo de la Normativa general para promover y regular la Producción Orgánica – Ecológica - Biológica en el Ecuador
- GOTS (Global Organic Textile Standard)

Estos servicios de certificación orgánicos se pueden a procesos particulares se puede certificar:

- Productos agrícolas y pecuarios
- Acuicultura
- Apicultura
- Las organizaciones de pequeños productores, mediante un Sistema Interno de Control
- Plantas de procesamiento
- Plantas de balanceados
- Recolección Silvestre
- Exportadoras e Importadoras (BSC, 2016).

**Tabla 13- 3.** Certificaciones de BSC

Reglamento (CE) n° 834/2007, de la Unión Europea
NOP (National Organic Program), de los Estados Unidos
JAS (Japanese Agricultural Standard of Organic Products)
COR (Canadian Organic Regime)
KOC (Korean Organic Certification)
OSKSA (Organic Standard Kingdom of Saudi Arabia)

**Fuente:** BSC OKO Garantie, 2018

**Elaborado por:** Certificadora BSC OKO Garantie

### 3.12. **CERTIFICACIÓN DE ORIGEN**

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

El certificado de origen es aquel documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden”

Para la obtención de este certificado se deben seguir básicamente tres pasos.

- El primer paso que debe solicitar el registro en los sitios web de Fedexpor o en las Cámaras autorizadas por el Mipro para la emisión del documento.
- Generación de la declaración juramentada de origen DJO, una vez presentados los requisitos mínimos para la obtención de todo certificado de origen.
  - Certificado de firma electrónica.
  - Declaración Juramentada de Origen.
  - Factura Comercial.
  - Comprobante de depósito por pago de trámite.
  - Conocimiento de embarque B/L o Guía Aérea (cuando es un certificado a posterior)



**Figura 32-3.** Certificado de Origen de Exportación

**Fuente:** Aduana del Ecuador GOB.EC

**Elaborado por:** Aduana del Ecuador

### 3.13. ESTUDIO ECONÓMICO

#### 3.13.1. Capital de trabajo

Son los fondos necesarios con los que la empresa podrá realizar sus operaciones, el capital de trabajo viene a forma de activo corriente el cual debe estar disponible para poder cubrir los gastos que se presente hasta el proyecto empiece a generar ingresos.

**Tabla 14 -3.** Capital de trabajo

<b>Detalle</b>	<b>Anual</b>
Mano de Obra Directa	24.156.90
Mano de Obra Indirecta	14.868.10
Materiales Directos	56.567.50
Costos Indirectos	8.809.91
Gastos de Administración	81.673.70
Gastos de Exportación	3.652.51
<b>Total</b>	<b>298.132,13</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.13.2. Mano de obra directa

Se refiere a aquellas personas que estarán a cargo todo lo referente al proceso de la quinua orgánica.

**Tabla 15 - 3.** Mano de obra directa

<b>PUESTO</b>	<b>Sueldo Y Salario</b>	<b>Sueldo Y Salario Anual</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Fondo De Reserva</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Total Rol De Pagos</b>
<b>Operario 1</b>	630,00	7560,00	842,94	629,75	630,00	405,30	315,00	10382,99
<b>Operario 2</b>	525,00	6300,00	702,45	524,79	525,00	405,30	262,50	8720,04
<b>Operario 3</b>	472,50	5670,00	632,21	472,31	472,50	405,30	236,25	7888,57
<b>TOTAL</b>	<b>1627,50</b>	<b>19530,00</b>	<b>2177,60</b>	<b>1626,85</b>	<b>1627,50</b>	<b>1215,90</b>	<b>813,75</b>	<b>26991,59</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021



En este rubro están incluidos el personal que labora directamente el proceso de producción, del cumplimiento de las actividades se puede obtener un producto listo para la exportación, se han considerado en el cálculo los beneficios de ley y los valores que deben ser entregados al IESS por concepto de seguro laboral.

### 3.13.3. Mano de obra indirecta

Es aquella persona que ejerce la función de supervisar los procesos operativos de la empresa, pero no interviene en ella, se han definido todos los valores que se deben cancelar cumpliendo lo que marca el Código de trabajo.

**Tabla 16 - 3.** Mano de obra indirecta

N	PUESTO	Sueldo y Salario	Sueldo y Salario Anual	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacación
1	Supervisor de campo	525,00	6300,00	702,45	524,79	525,00	405,30	262,50
1	Auxiliar de producción	472,50	5670,00	632,21	472,31	472,50	405,30	236,25
	<b>TOTAL</b>	<b>997,50</b>	<b>11970,00</b>	<b>1334,66</b>	<b>997,10</b>	<b>997,50</b>	<b>810,60</b>	<b>498,75</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

**Tabla 17 - 3.** Proyección de la mano de obra directa e indirecta

Puesto de trabajo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Operario 1</b>	9288,80	10382,99	10902,14	11447,24	12019,61
<b>Operario 2</b>	7805,00	8720,04	9156,04	9613,84	10094,54
<b>Operario 3</b>	7063,10	7888,57	8282,99	8697,14	9132,00
<b>Supervisor de campo</b>	7805,00	8720,04	9156,04	9613,84	10094,54
<b>Auxiliar de producción</b>	7063,10	7888,57	8282,99	8697,14	9132,00

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

En lo referente al cálculo de las remuneraciones se consideró un incremento anual del cinco por ciento, considerando el nivel de inflación y la política salarial aplicada por el actual régimen.

### 3.13.4. Materia prima directa

Son aquellos costos que se han incurrido para la adquisición de las materias primas que forman parte integral de los productos a ser comercializados.

**Tabla 18 - 3.** Costos materia prima directa

<b>Años</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Año 1</b>	<b>67794</b>	<b>0,28</b>	<b>19274,92</b>
<b>Año 2</b>	71190	0,30	21252,47
<b>Año 3</b>	74750	0,30	22315,25
<b>Año 4</b>	78487	0,30	23430,86
<b>Año 5</b>	82411	0,30	24602,30

**Fuente:** Estimaciones financieras

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

El valor de la adquisición de la materia prima es del producto es la pactada con las familias beneficiarias de ERPE y Sumak Life, se efectuará un incremento en la producción del 5% tanto en el volumen como en el costo que se reporte por esa producción de 67794 unidades inicialmente.

### **3.13.5. Otros Costos Indirectos**

Son aquellos otros costos que son necesarios para la producción, pero no están integrado físicamente en el proceso productivo para su cálculo se definió el valor mensual para la determinación del costo anual, definiendo un incremento del 5% y se identificó un rubro para los imprevistos que se pudieron presentar en el desarrollo de las actividades.

**Tabla 19 - 3.** Otros Costos Indirectos

<b>Otros Costos indirectos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Servicios Básicos</b>	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75
<b>Insumos</b>	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
<b>Trasporte</b>	3.120,00	3.276,00	3.439,80	3.611,79	3.792,38
<b>Mantenimiento</b>	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
<b>Imprevistos</b>	1.131,35	1.187,92	1.247,31	1.309,68	1.375,16
<b>Depreciaciones</b>	2.878,56	2.878,56	2.878,56	2.878,56	2.878,56
<b>Materia Prima Indirecta</b>	5961,00	6259,05	6572,00	6900,60	7245,63

<b>TOTAL</b>	14.770,91	15.365,53	15.989,88	16.645,44	17.333,79
--------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

**Fuente:** Estimaciones financieras

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.13.6. Gastos de administración

Dentro de los gastos administrativos se incluyeron el pago de las remuneraciones del personal que laboran en esta área, se calcularon los beneficios de ley que tienen derecho:

**Tabla 20 - 3.** Gastos remuneraciones administrativas

Nº	PUESTO	Sueldo y Salario	Anual	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total Rol De Pagos
1	Gerente	735,00	8.820,00	1.071,63	734,71	735,00	400,00	367,50	12.128,84
1	Contador general	500,00	6.000,00	729,00	499,80	500,00	400,00	250,00	8.378,80
1	Vendedor	450,00	5.400,00	656,10	449,82	450,00	400,00	225,00	7.580,92
1	Auxiliar contable	400,00	4.800,00	583,20	399,84	400,00	400,00	200,00	6.783,04
	<b>TOTAL</b>	<b>2.085,00</b>	<b>25.020,00</b>	<b>3.039,93</b>	<b>2.084,17</b>	<b>2.085,00</b>	<b>1.600,00</b>	<b>1.042,50</b>	<b>34.871,60</b>

Fuente: Estimaciones financieras

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

**Tabla 21 - 3.** Proyección Gastos remuneraciones administrativas

PUESTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gerente</b>	12.128,84	12735,28	13372,04	14040,64	14742,68
<b>Contador general</b>	8.378,80	8797,74	9237,63	9699,51	10184,48
<b>Vendedor</b>	7.580,92	7959,97	8357,96	8775,86	9214,66
<b>Auxiliar contable</b>	6.783,04	7122,19	7478,30	7852,22	8244,83
<b>TOTAL</b>	34.871,60	36.615,18	38.445,93	40.368,23	42.386,64

Fuente: Estimaciones financieras

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

### 3.13.7. Otros gastos administrativos

Dentro de los otros gastos administrativos tenemos el rubro de 2.881.80 contemplados por las depreciaciones de los activos fijos, las mismas que son calculadas teniendo en cuenta el valor residual y el porcentaje de desgaste considerando el método de línea recta.

### 3.13.8. Costos de exportación

Son todos los costos que intervienen para la exportación al lugar de destino.

**Tabla 22 - 3.** Costos de exportación

<b>COSTOS DE EXPORTACION</b>	<b>Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Flete interno</b>	350,00	1.050,00
<b>THC</b>	150,00	450,00
<b>Certificado de origen</b>	10,36	31,08
<b>Porteo</b>	46,26	138,78
<b>Certificado Sanitario</b>	75,00	225,00
<b>Seguro</b>	239,94	719,83
<b>Trámite Aduanero</b>	230,00	690,00
<b>Operac. Aforo/Inspección de Contenedores</b>	115,94	347,82
<b>Total</b>	1.217,50	3.652,51

**Fuente:** Estimaciones financieras

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

### 3.13.9. Punto de equilibrio

Por medio de este indicador podemos conocer en qué momento los ingresos que se obtiene por las ventas son iguales a los gastos en los que incurren en el presente proyecto.

p

**Tabla 23 - 3.** Punto de equilibrio

<b>Q Ventas</b>	<b>67.794</b>
-----------------	---------------

<b>\$ Ventas</b>	150.503
<b>Costo Variable</b>	19.275
<b>Costo Fijo</b>	47.835
<b>Costo Total</b>	67.110
<b>Beneficio</b>	83.393

Fuente: Estimaciones financieras

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

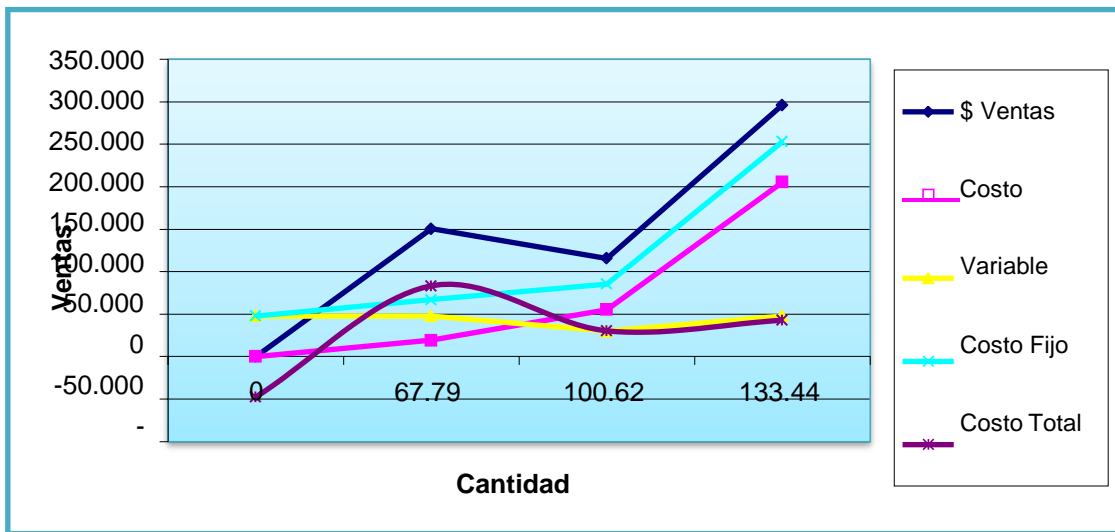


Figura 33-3. Punto de equilibrio

Fuente: Estimaciones financieras

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

### 3.13.10. Flujo neto de efectivo

El flujo de efectivo es uno de los estados financieros donde se definen la liquidez e la empresa, se incluyen tanto los ingresos y los gastos que se generen en un período determinado de tiempo.

**Tabla 24 - 3.** Flujo Neto de Efectivo

DESCRIPCION	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión inicial</b>	-46.064,00					
<b>Flujo de ventas</b>		150.502,68	165.943,89	182.954,36	201705,9	222379,81
<b>Menos Costo de producción</b>		95.102,83	100.871,77	105.915,52	111.211,15	116.771,60
<b>Menos Gastos administrativos</b>		34.871,60	36.615,18	38.445,93	40.368,23	42.386,64
<b>Menos Gastos de exportación</b>		3.652,51	3.835,14	4.017,76	4.200,39	4.383,01
<b>Utilidad neta más amortizaciones y depreciaciones</b>		16.875,75	24.621,80	34.575,15	45.926,13	58.838,56
<b>Menos Fondo de recuperación de activos fijos</b>		0	5.760,36	11.520,72	17.281,08	23.041,44
<b>Flujo neto de efectivo</b>	<b>-46.064,00</b>	<b>16.875,75</b>	<b>18.861,44</b>	<b>23.054,43</b>	<b>28.645,05</b>	<b>35.797,12</b>

Fuente: Estimaciones financieras

Elaborado por: Barreno, Katerin. 2021

En el cálculo del flujo de efectivo la inversión inicial está compuesta por los activos fijos que posee la empresa Sumak life, los otros valores están compuestos por los costos de producción y de más gastos necesarios para el cumplimiento de las metas fijadas por la administración, cabe destacar que se fijó un fondo para la recuperación de los activos fijos que posee la empresa, y en cómputo de los costos indirectos se consideró imprevistos que se pueden generar.

### 3.14. Evaluación financiera del proyecto

#### 3.14.1. Valor actual Neto

Es la evaluación de los flujos de caja se aplicó valor actual neto “VAN”, conocido también como el valor presente neto “VPN”, son los valores que se estima recuperar con los procesos de producción y exportación que se desarrolla en la empresa Sumak life.

**Tabla 25 – 3. Cálculo del VAN**

Flujo neto de efectivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-46064					
Flujo de Caja		16.875,75	18.861,44	23.054,43	28.645,05	35.797,12
Tipo de descuento	8,68%	8,68%	8,68%	8,68%	8,68%	8,68%
$(1+r)^n$	1	1,0868	1,18113424	1,283656692	1,395078093	1,516170871
$1/(1+r)^n$	1	0,920132499	0,846643816	0,77902449	0,716805751	0,659556267
Flujo de caja descontado	-46.064,00	15.527,93	15.968,92	17.959,97	20.532,93	23.610,21
<b>VAN</b>	<b>72.089,38</b>					

**Fuente:** Estimaciones financieras

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

En lo referente al cálculo del VAN, la tasa de descuento considerado fue 8,68%, los valores que son estimados por el Banco del Pichincha para la realización de exportaciones con cartas de crédito que garanticen el pago y entrega de los productos si las operaciones del proyecto se hubiesen finalizado el día de hoy generarían 72.089.39 dólares.

#### 3.14.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto o de recuperación de la inversión en base a su cálculo se puede conocer si los valores entregados han generado utilidad y en qué tiempo se podría recuperarse.



**Tabla 26 -3.** Cálculo del TIR

<b>Inversión</b>	<b>-46.064,00</b>
<b>Año 1</b>	15.527,93
<b>Año 2</b>	15.968,92
<b>Año 3</b>	17.959,97
<b>Año 4</b>	20.532,93
<b>Año 5</b>	23.610,21
<b>TIR</b>	27%

**Fuente:** Estimaciones financieras

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

La tasa interna de retorno estimada es de 27% quiere decir que es viable el proyecto y puede generar altos rendimientos económicos a la empresa Sumak Life.

### **3.14.3. PAY-BACK**

El Pay-back es el método por el cual una empresa al realizar una inversión o un proyecto dicta o dice cuánto tarda en recuperar dicha inversión, tiene en cuenta el tiempo para la recuperación de dicha inversión.

**Tabla 27 -3.** PAY-BACK

PAYBACK		
<b>Inversión</b>	<b>Flujo Efectivo</b>	<b>Flujo Acumulado</b>
46.064,00	15.527,93	15.527,93
	15.968,92	31.496,85
	17.959,97	49.456.82
	20.532,93	69.989.75
	23.610,21	93.599.96
Payback=	46.064,00	
Payback=	93.599.96	
Payback=	0,492136962	
Payback=	<b>5 meses 27 días.</b>	

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Barreno, Katerin. 2021

La presente inversión se recuperará en 5 meses 27 días de trabajo elaborando, exportando productos a Barcelona España.

## CONCLUSIONES

- Para la realización del trabajo de titulación se consideró las fuentes bibliográficas existentes sobre el tema, generando el conocimiento necesario para el desarrollo de los elementos para el proyecto de exportación, cabe destacar que se encuentran publicaciones en páginas web especializadas más que libros redactados por autores conocedores del tema.
- Por medio de su situación actual de la empresa Sumak Life Cía. Ltda., se pudo determinar que la empresa está consolidada, pero tiene maquinaria y un espacio físico que no ha sido empleado adecuadamente afectando su rendimiento, en lo referente al mercado internacional sus productos son requeridos, se exporta a países como Alemania, Inglaterra Estados Unidos y España por nombrar a los principales, pero en esto últimos tiempo han generado nuevos productos pero estos no han sido difundido y se ha limitado su comercialización.
- En lo referente a la viabilidad de exportación de la línea de productos POPQUI'S, tiene una amplia demanda en Barcelona España, por las características de los productos y los consumidores, en lo referente a la evaluación financiera del proyecto de exportación, se indica que el proyecto refleja una factibilidad en su ejecución, considerando el VAN 72.089.39, el TIR 27% rentable y el Pay-back va a ser en 5 meses 27 días, siendo atractivo para cualquier inversionista.

## **RECOMENDACIONES**

- El trabajo de titulación puede ser empleada como fuente de consulta para futuros documentos, debido a la escasa publicación de autores definidos, ya que la información principalmente viene de páginas web especializadas, donde se definen los elementos necesarios para el desarrollo de un proceso de exportación al mercado de Barcelona España.
- Es recomendable que la empresa SUMAK LIFE, mejore las condiciones de uso de la maquinaria y el uso del espacio físico para de esta manera obtener un mejor rendimiento empresarial, también se debe incrementar la producción para acceder al mercado internacional donde son cotizados de mejor manera.
- El proyecto de exportación es viable por las proyecciones hechas, existe la demanda necesaria para genera una utilidad y poder recuperar la inversión en menos de un año calendario, dicha actividad incrementará las ganancias de la empresa para los próximos cinco años.

## BIBLIOGRAFIA

- Alarcón, J. C., & Fuentes, M. D. (08 de Agosto de 2016). *Proyecto de exportación de fideo de quinua orgánica, de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo, para incrementar la línea de producción hacia el mercado de Paris - Francia en el periodo 2015*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11735?mode=full>
- Arman, V. (10 de Abril de 2008). *Gestiopolis*. Recuperado el 5 de enero de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/economia/mujeres/glosario-de-terminos-utilizados-en-el-comercio-internacional.htm>
- Arvoleda, G. (2016). *PROYECTOS, FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y CONTROL* (Vol. 1). Mexico, Mexico: McGrawHill.
- Asociación Española de Escuelas de Negocios. (11 de Mayo de 2020). *España lidera el crecimiento del uso de redes sociales en Europa*. Recuperado el 20 de Agosto de 2020, de <http://www.altodirectivo.com/secciones/26068/espana-lidera-el-crecimiento-del-uso-de-redes-sociales-en-europa-aumenta-en-un-55-durante-el-confinamiento>
- Banchon. (2013). Obtenido de <http://segtransa.com/Glosario.pdf>
- Baquero, M. (20 de 04 de 2010). *redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/4760/476047395007/index.html>
- Barragán, S. (2016). *Diseño de un plan logístico de exportación de pimiento fresco hacia los Estados Unidos internacionalizando a la asociación de productores agrícolas autónomos "La tierra prometidora"*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil: Guayaquil.
- BSC. (2016). *CERTIFICADORA BSC ECUADOR*. Obtenido de <http://www.bcsecuador.com/servicios/certificacion-organica/>
- Calvo. (2016). *Tendencia del mercado*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i3583s.pdf>
- Calvo, A. (2020). *¿ Es rentable el cultivo de quinua en España?* Obtenido de <https://www.agroptima.com/es/bg/rentable-cultivo-quinoa-españa/>
- Containers . (2011). Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/2011/07/07/bl-bill-of-lading/>

- Contreras, V. (2009). *Microeconomía*. Obtenido de <https://prezi.com/p/dfjh4q4jjbg9/microeconomia/>
- Diaz. (2012). *Incidencia De La Rentabilidad En Los Recursos Economicos Y Financieros*. 16.
- EL EXPORTADOR, . (2019). *Revista América Economía* , ICEX. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/noticias/NEW2019815367.html>
- Escola, J. (2018). *Certificado Fitosanitario*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-fitosanitario-de-exportaci-n>
- Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas. (08 de 2009). *Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas*. Obtenido de [http://www.foes.es/esp/Servicios/Internacionalizacion/PLAN\\_DE\\_EXPORTACION/dir\\_640\\_1.htm](http://www.foes.es/esp/Servicios/Internacionalizacion/PLAN_DE_EXPORTACION/dir_640_1.htm)
- Galindo, M. (2008). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-acuerdo-comercial/>
- García. (2017). Obtenido de <https://ctexporta.wordpress.com/2017/01/25/conocimiento-de-embarque-maritimo/>
- García, I. (17 de 09 de 2017). *ECONOMIA SIMPLE*. Recuperado el 10 de 11 de 2019, de <https://www.economiasimple.net/glosario/viabilidad>
- García, J. (21 de Octubre de 2015). *¿Cuáles son los principales problemas de salud de los españoles?* Recuperado el 15 de Agosto de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/vangdata/20151021/54437367805/principales-problemas-salud-espanoles.html>
- Hernandez. (2003). *Metodología de investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Iñigo, V., & Berasategi, I. (mayo de 2010). *GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS*. Recuperado el 09 de octubre de 2019, de [upload/19/71/guia\\_elaboracion\\_proyectos\\_c.pdf](upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf)
- Kotler, P. (2014). Obtenido de <https://www.puromarketing.com/27/19578/marketing-segun-kotler.html>
- León, S. (22 de marzo de 2012). *acuerdos multipartes*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/03/22/1/1356/acuerdos-multipartes-encajan-como-libre-comercio.html>

- LIFE, S. (2019). *Productos Orgánicos Chimborazo "SUMAK LIFE"*. Obtenido de <http://www.sumaklife.com.ec/index.html>
- Loza, J. (2014). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/certificado-de-origen>
- Luna Cruz, A. (02 de Abril de 2012). *Slideshare*. Recuperado el octubre de 09 de 2019, de <https://es.slideshare.net/Edw1a/tipos-de-proyectos-12328936>
- Mankiw. (2012). <https://studylib.es/doc/5356082/dise%C3%B1o-de-un-plan-de-exportaci%C3%B3n-del-chocolate-fino-ecuat...>
- Marquez, E. (2010). *COMERCIO Y MARKETING INTERNACIONAL*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9927/1/UPS-GT000950.pdf>
- Martins, S., & Palella, F. (2010). *tipos y diseño de la investigacion*. Obtenido de [http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion\\_21.html](http://planificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html)
- Meneses, J. (2017). *EL CUESTIONARIO Y LA ENTREVISTA*. Obtenido de [femrecerca.cat › meneses › files › pid\\_00174026](http://femrecerca.cat/meneses/files/pid_00174026)
- Díaz-Bravo , Metodología de investigación en educación. (2013). En U. T.-G.-H. *investigación en educación méd* (pág. 163). mexico : Universidad Nacional Autónoma de México.
- mheducation. (2018). *Fundamentos de la economía*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- Montero, M. (2017). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/periodo-de-recuperacion-de-la-inversion.html>
- Morán, J. (2007). *CONTRIBUCIONES DE LA ECONOMIA*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2007b/jlm.htm>
- Moyano, M. d. (2016). *"PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE FIDEO DE QUINUA ORGÁNICA, DE LA CORPORACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES ORGANICOS BIO TAITA CHIMBORAZO, PARA INCREMENTAR LA LINEA DE PRODUCCION HACIA EL MERCADO DE PARIS - FRANCIA EN EL PERIODO 2015"*. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/11735/1/52T00420.pdf>
- Mullo, B. C. (2016). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN, HARINA DE MACA CON QUINUA, EMPRESA SUMAK LIFE CÍA. LTDA. CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PARA LA DIVERSIFICACIÓN DEL*

*PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y APERTURA DE UN NUEVO MERCADO EN NEW JERSEY-ESTADOS UNIDO*. Obtenido de PARA EL PERÍODO 2015-2016." : <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11345>

PROEQUADOR. (2015). *Guía Logística Internacional 2015*. Obtenido de [https://www.ecotec.edu.ec/material/material\\_2016F1\\_MKT391\\_12\\_66736.pdf](https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2016F1_MKT391_12_66736.pdf)

Romero, J. (4 de Febrero de 2020). *INCOTERMS*. Recuperado el 20 de Agosto de 2020, de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/incoterms-2020/>

Rosado, M. I. (03 de junio de 2019). *Acuerdo comercial de Ecuador con la UE*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/opinion/2019/06/03/nota/7355433/acuerdo-comercial-ecuador-ue-hablando-sobre-libre-comercio>

Rosales, M. (2022). *Concepto de proyecto*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/concepto-proyecto>

Sánchez, C. (2012). *QUINUA*. Obtenido de <http://quinuaecuador.blogspot.com/>

SENAE. (19 de 05 de 2011). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el 08 de 08 de 2019, de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

Tamayo. (2003). *Proceso de Investigación Científica*. Universidad Pedagógica Libertador.

Tapia, E. (14 de 06 de 2017). *certificado de origen*. Obtenido de <https://sosomeprendedores.byclaro.com.ec/que-es-un-certificado-de-origen-y-como-obtenerlo/>

Tenutto, M. (2004). *Enciclopedia Escuela para Educadores*. Obtenido de [https://www.zonaeconomica.com/concepto-proyecto?\\_cf\\_chl\\_jschl\\_tk\\_=c591c53bd2daa8ae6ade0e330d760e828370af33-1580673034-0-AUV\\_HvXLihWAnDrVuGrUyR2zXTZ0bluj\\_X5wItdp3f2SWWNPg8nIxR\\_Ua\\_C0wXMOkCoVoQQG5f7A92J6paACH7eTyzB53H\\_w\\_c2eayuIE\\_gNois2xsDYGFalqIAXQ QifUCf\\_M](https://www.zonaeconomica.com/concepto-proyecto?_cf_chl_jschl_tk_=c591c53bd2daa8ae6ade0e330d760e828370af33-1580673034-0-AUV_HvXLihWAnDrVuGrUyR2zXTZ0bluj_X5wItdp3f2SWWNPg8nIxR_Ua_C0wXMOkCoVoQQG5f7A92J6paACH7eTyzB53H_w_c2eayuIE_gNois2xsDYGFalqIAXQ QifUCf_M)

Torre, B. (2015). *declaracion aduanera de exportacion*. Obtenido de <https://prezi.com/rjpmwcbng4q7/declaracion-aduanera-de-exportacion-dae/>

Urbina. (2010). *Evaluacion de Proyectos*.

VLEX. (2015). Obtenido de <https://vlex.ec/vid/ley-76-ley-sistema-643461617>





ANEXOS

ANEXO A: SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR

3. SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR						
3.1 TARIFAS POR SERVICIOS FINANCIEROS DIFERENCIADOS COMERCIO EXTERIOR (28)						
CARTAS DE CREDITO DE IMPORTACIÓN	Comisión apertura (90 días o fracción)	4% anual	CARTAS DE CREDITO STAND BY ENVIADAS	Comisión de apertura y anual (plazo y monto)	4% anual	
	Comisión por enmienda			Comisión enmienda		
	Por extensión de plazo	4% anual		Por cambio de texto (por término)	\$ 10,00	
	Por cambio de texto (por término)	\$ 10,00		Por extensión de plazo	4% anual	
	Comisión de aceptación	4% anual		Comisión mínima (15)	\$ 100,00	
	Comisión de negociación vista/plazos (flat)	1.0%		Swift	\$25,00	
	Comisión mínima (15)	\$ 100,00				
CARTAS DE CREDITO DE EXPORTACIÓN	Swift	\$25,00	GARANTIAS STAND BY RECIBIDAS	Comisión	2.5% anual	
	Comisión de aviso	\$ 50,00		Comisión mínima	\$200,00	
	Comisión de confirmación (90 días o fracción)	0.25%	Swift	\$25,00		
	Comisión mínima (15)	\$ 100,00	COBRANZAS ENVIADAS AL EXTERIOR	Comisión de manejo (flat)	0.25%	
	Comisión por enmienda (aviso)	\$ 50,00		Comisión mínima	\$ 50,00	
	Comisión negociación vista/plazos	0.50% flat		Courier (depende del País receptor) (13)	\$ 75,00	
	CARTAS DE CREDITO DOMESTICAS	Comisión de aceptación/pago diferido	2% anual	COBRANZAS LIMPIAS (32)	Comisión (cheques enviados al exterior)	\$250,00
Courier (depende del País receptor) (13)		\$ 75,00	Comisión (flat)		0.50%	
Comisión de apertura (mínimo 90 días o fracción)		4% anual	COBRANZAS DE IMPORTACIÓN	Comisión mínima	\$ 100,00	
Comisión Anual plazo y monto (25)		4% anual		Courier (depende del País receptor) (13)	\$ 75,00	
Comisión negociación vista/plazos		1.0% flat		Comisión (anual)	4% anual	
CARTAS DE CREDITO DOMESTICAS		Comisión de aceptación	4% p.a.	GARANTIAS BANCARIAS	Comisión mínima	\$ 100,00
		Comisión enmienda (por término)	\$ 10,00		GARANTIAS ADUANERAS	Reconocimiento de firmas (24)
	Por cambio de texto	\$ 10,00	GARANCIAS BANCARIAS	Comisión (anual)		4% anual
	Comisión mínima (15)	\$ 100,00		GARANCIAS ADUANERAS	Comisión mínima	\$ 100,00
			AVALES LOCALES (14)		Reconocimiento de firmas (24)	\$ 12,60
		FOTOCOPIAS	PORTES Y FOTOCOPIAS (14)	\$ 15,00		
		RECONOCIMIENTO	RECONOCIMIENTO	Reconocimiento de firmas (24)	\$ 12,60	
		SWIFT	SWIFT	Mensaje SWIFT (31)	\$25,00	

**NOTAS ACLARATORIAS:** (1) Tasa aplicada a los productos de ahorro: Tradicional, Compatriota, Electrónica, Joven, Microcrédito. Para la cuenta de ahorros Joven, en el rango de \$1 a \$300 se aplica la tasa del 0.50%. (2) Con crédito mensual de interés. (3) Los montos de apertura para ahorro futuro y fondo reserva dependen del monto mínimo de ahorro para cada producto. La cuenta de ahorros Joven, Microcrédito no tienen monto apertura. Ganadólar todo el país requiere \$300. Las cuentas de ahorros: Tradicional, Electrónica y Compatriota a nivel nacional no tienen monto mínimo de apertura. (4) Capitalización diaria de interés. Tasas de interés aplicables sólo a personas naturales. (5) Las cuentas corrientes de empresas tienen un monto de apertura de \$2000. (6) No tendrá costo alguno siempre y cuando se trate de una actualización de la libreta, cartola o estado de cuenta, caso contrario la tarifa máxima será de usd.1,00 (7) Sin costo de emisión para las cuentas Joven, compatriota. Producto no aplica para cuenta microcrédito. (8) Para crédito a cuenta con saldo mayor a \$500 el costo es de \$6; menor a \$500 el costo es de \$8. Para transacciones con crédito a cuenta no tiene costo para los convenios son Moneygram, Remesas Pichincha, Santander, Banco Popular Español (grupo GBP), Unicredit Italiano SPA, Banco Guipuzcoano ( Pichincha Panamá, Loja y BGR ), Caja Madrid, Caixa Catalunya, La Caixa | Estalvis de Barcelona), Money Exchange, Santander envíos, Confederación de Cajas de Ahorros Españolas (CECA) Para Banco Pichincha Colombia las tarifas son: Transferencias recibidas pago en cuenta \$4,00; Transferencias recibidas pago en ventanilla hasta \$ 1.000,00 tarifa \$4,00. Para Financiero del Perú las transferencias recibidas pago en cuenta \$4,00. (9) El servicio aplica para las recaudaciones de tributos efectuadas por el Gobierno Central y Gobiernos Autónomos. Incluye: impuestos, tasas, contribuciones, aranceles y multas. (10) Para ciertos servicios aplica tarifas por número de transacción. (11) Fee mensual de \$10. (12) Las operaciones generadas en cuenta no tienen costo de reconocimiento de firmas. (13) DHL aplica los siguientes costos: América \$55, Europa \$66, Asia \$75. (14) Portes y copias aplica para todos los productos de comex a excepción de Avalés y Garantías Bancarias. (15) Aplica para las comisiones de apertura, aceptación y negociación (16) Aplica para transacciones en el exterior de retiro en monedas diferentes al dólar americano. (17) Las monedas son JPY - Yen japonés; CHF - Franco Suizo; GBP - Libra Esterlina. (18) La tasa de bono para el producto Ahorro Futuro Crecer en todos los rangos de saldos promedio es del 1,5%. (19) La tasa del bono aplica exclusivamente a los productos de AHORRO FUTURO y será pagada únicamente a los clientes que cumplan con las condiciones generales del producto. (20) Por unidad (costo \$3) Más de 7 cheques consecutivos (costo \$22,40) aplicable para revocatorias, cheque sin efecto. Para el último se requiere de publicación en la prensa cuyo gasto de este tercero debe asumirlo el cliente en función del precio del periódico y la ciudad. (21) La comisión podrá ser cobrada al usuario final o a la empresa según el convenio firmado. (22) Más gastos de bancos del exterior. (23) Para tarjetas Compatriota y Joven el costo es de \$1,50. (24) El valor por la comisión de reconocimiento de firmas es el 3% de un S.B.U. más IVA, y es un valor que cobra la Notaría por cargo de nuestros clientes. (25) En los casos de ampliación de plazo y/o monto. (26) Los servicios especificados de Comercio Exterior no gravan impuesto al Valor Agregado IVA. (27) Servicio Garantía Llave y Cerradura no se debe facturar ni gravar IVA. (28) Las comisiones de Comercio exterior no generan IVA, debido a que la normativa establece esta excepción para los ingresos de la cuenta 52 de ingresos. (29) Tarifas Aplican para Cuentas de Ahorros y Cuentas Corrientes. No aplican cuentas en Euros (30) Tarifas modificadas por la Resolución 138 de Junta Monetaria, aún no implementadas para el cobro (31) Este cobro aplica para: Cartas de crédito de exportación, Cobranzas enviadas al exterior, Cobranzas de Importación y Cobranzas Limpias. (32) El costo incluye: Comisión \$155, Costo SWIFT: \$25, Costo Portes \$15, Costo Courier \$55