

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
COMERCIAL INTERNACIONAL**

“Oportunidades de mercado colombiano y la comercialización de malanga  
producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación  
Comercial Internacional

AUTOR: Iván Romeo López Yar

ASESOR: MBA. Héctor Chuquín

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

## **CERTIFICADO**

Certifico que el estudiante Iván Romeo López Yar con el número de cédula 0400998449 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidades de Mercado Colombiano y la Comercialización de Malanga Producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodologías dispuestas en el Reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

-----

Ing. Héctor Chuquín

Tulcán, 06 de agosto de 2015

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Iván Romeo López Yar con cédula de identidad número 0400998449 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

**f.....**

Iván Romeo López Yar

Tulcán, 06 de agosto de 2015

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO**

Yo, Iván Romeo López Yar, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente, declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 06 de agosto de 2015

-----  
Iván Romeo López Yar  
CI 0400998449

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser el creador de todo este maravilloso mundo, que guía mis pasos y por tenerme en esta etapa maravillosa de la vida.

A mi Universidad Politécnica Estatal del Carchi en la cual forjé conocimientos sólidos, teóricos y prácticos, los cuales me aportaron para obtener mí título universitario.

A mi tutor de tesis Ing. Héctor Chuquín, su aporte en conocimiento y tolerancia ha logrado la motivación para culminar la tesis con éxito.

A mi madre que con sus sabios concejos me ha guiado por el sendero del bien inculcando en mí el amor y respeto hacia los prójimos.

## DEDICATORIA

Luego de haber recorrido un buen tramo de mi vida estudiantil con aciertos y desazones, dedico este trabajo a Dios por brindarme la dicha de la vida de ser una persona con todas las cualidades espirituales e intelectuales para alcanzar mis metas.

A mi adorada madre María América Yar Ruano quien es la artífice de mi superación quien en los momentos de más apremio me brindó un concejo y abrazo de inigualable valía para mí ya que esto se tradujo en fortaleza y coraje para que nunca me diera por vencido en ninguna etapa de la vida.

A mis familiares que con sus palabras de apoyo generaron la confianza para seguir adelante en mis estudios.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I .....	1
1. EL PROBLEMA.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.3. DELIMITACIÓN .....	3
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.5. OBJETIVOS.....	6
1.5.1. Objetivo General.....	6
1.5.2. Objetivos Específicos .....	6
CAPÍTULO II .....	7
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	7
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	9
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÒFICA.....	10
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	10
2.5. IDEA A DEFENDER .....	12
2.6. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES .....	12
CAPÍTULO III .....	13
3. MARCO METODOLÒGICO .....	13
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	13

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	13
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN...	14
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	14
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	18
3.7. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	19
3.7.1. ESTUDIO DE MERCADO DEL ECUADOR.....	19
3.7.1.1. Análisis situacional externo.....	19
3.7.1.1.1. Entorno político.....	19
3.7.1.1.2. Entorno socioeconómico.....	20
3.7.1.2. Acuerdos comerciales de Ecuador .....	21
3.7.1.3. Balanza Comercial de Ecuador .....	22
3.7.1.4. Países importadores de productos ecuatorianos....	22
3.7.1.5. Exportaciones ecuatorianas de malanga al mundo.	23
3.7.1.6. Producto a Exportar.....	24
3.7.1.6.1 Descripción del producto. ....	24
3.7.1.6.2. Características nutricionales de la malanga .....	24
3.7.1.6.3. Composición química .....	24
3.7.1.7. Ciclo de producción de malanga.....	25
3.7.1.7.1. Preparación del suelo .....	25
3.7.1.7.2. Preparación de la semilla.....	25
3.7.1.7.3. La semilla.....	26
3.7.1.7.4. Los aporques .....	26
3.7.1.7.5. Fertilización.....	27
3.7.1.7.6. Control de las malezas .....	27
3.7.1.7.7. Cosecha y rendimiento .....	28
3.7.1.7.8. Lavado.....	28
3.7.1.7.9. Clasificación.....	29
3.7.1.7.9.1. Clasificación de calidad .....	29
3.7.1.7.10. Secado.....	29
3.7.1.7.11. Empaque .....	30
3.7.1.7.12. Almacenamiento .....	30
3.7.1.7.13. Transporte .....	30
3.7.1.8. Flujoograma de producción de malanga.....	31



3.7.1.9. Flujograma del ciclo de post cosecha.....	32
3.7.1.10. Instalaciones, maquinarias y equipos .....	32
3.7.1.10.1. De las instalaciones:.....	32
3.7.1.10.2. De las maquinarias y equipos:.....	33
3.7.1.10.3. Control de calidad.....	33
3.7.1.10.4. Producción de malanga.....	33
3.7.1.11. Clasificación de calidad de la malanga.....	35
3.7.1.12. Oferta exportable .....	35
3.7.2. ESTUDIO DE MERCADO DE ESTADOS UNIDOS...	35
3.7.2.1. Análisis situacional externo.....	35
3.7.2.1.1. Entorno político .....	35
3.7.2.1.2. Entorno socioeconómico.....	36
3.7.2.2. Acuerdos comerciales de Estados Unidos .....	37
3.7.2.3. Balanza Comercial de Estados Unidos.....	38
3.7.2.4. Principales mercados de exportación (Países).....	38
3.7.2.5. Comercio bilateral (Estados Unidos – Ecuador) .....	39
3.7.2.5.1. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos ...	39
3.7.2.5.2. Principales Productos importados y Tendencia ...	39
3.7.2.5.3. Productos ecuatorianos de la partida 07.14.....	41
3.7.2.5.4. Requisitos arancelarios.....	41
3.7.2.5.5. Barreras arancelarias y acuerdos comerciales ....	42
3.7.2.5.6. Requisitos específicos para la partida 0714.90 ...	42
3.7.2.5.6.1. Licencias de Importación .....	42
3.7.2.5.7. Requisitos Para Arancelarios:.....	42
3.7.2.5.7.1. Acceso para frutas y vegetales nuevos .....	42
3.7.2.5.8. Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios.....	43
3.7.2.5.8.1. Frutas y verduras.....	43
3.7.2.5.9. Requisitos técnicos, de calidad y seguridad .....	44
3.7.2.5.10. Ley Contra el Bioterrorismo .....	44
3.7.3. ESTUDIO DE MERCADO DE CHINA .....	48
3.7.3.1. Análisis situacional externo.....	48
3.7.3.1.1. Entorno político .....	48
3.7.3.1.2. Entorno socioeconómico.....	49
3.7.3.2. Acuerdos comerciales de China .....	49

3.7.3.3. Balanza Comercial de China .....	50
3.7.3.4. Principales mercados de exportación (China) .....	51
3.7.3.5. Comercio bilateral (China – Ecuador).....	51
3.7.3.5.1. Balanza Comercial Ecuador – China .....	51
3.7.3.5.2. Productos importados y Tendencia China .....	51
3.7.3.5.3. Exportaciones de la partida 07.14 a China. ....	52
3.7.3.5.4. Requisitos arancelarios.....	53
3.7.3.5.4.1. Políticas arancelarias.....	53
3.7.3.5.4.2. Licencias de Importación .....	54
3.7.3.5.4.3. Requisitos para arancelarios .....	55
3.7.3.5.4.3.1. Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios .....	55
3.7.3.5.4.3.2. Sistema de seguridad alimenticia .....	55
3.7.3.5.4.3.3. Acceso a Mercado .....	56
3.7.3.5.4.3.4. Estándares de seguridad alimenticia .....	57
3.7.3.5.4.3.5. Registro exportadores de alimentos a China .	58
3.7.3.5.5. Reglamentación zoosanitaria y fitosanitaria.....	59
3.7.3.5.5.1. Inspección e inocuidad de los alimentos.....	60
3.7.3.5.6. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado ..	61
3.7.4. ESTUDIO DE MERCADO DE COLOMBIA.....	64
3.7.4.1. Análisis situacional externo.....	64
3.7.4.1.1. Entorno político .....	64
3.7.4.1.2. Entorno socioeconómico.....	65
3.7.4.2. Acuerdos comerciales de Colombia .....	66
3.7.4.3. Balanza Comercial de Colombia.....	66
3.7.4.4. Principales mercados de exportación (Países).....	67
3.7.4.5. Comercio bilateral (Colombia – Ecuador) .....	67
3.7.4.5.1. Balanza Comercial Ecuador – Colombia .....	67
3.7.4.5.3. Productos exportados por Colombia al mundo ....	69
3.7.4.5.4. Productos ecuatorianos exportados a Colombia .	70
3.7.4.5.5. Importaciones de la partida 07149010.00.....	71
3.7.4.5.6. El Código Alimentario Colombia .....	71
3.7.4.5.6.1. Requisitos productos ecuatorianos .....	71
3.7.4.5.6.2. Requisitos para arancelarios .....	72
3.7.4.5.6.2.1. Requisitos Sanitarios / Fitosanitarios .....	72

3.7.4.5.6.2.2. Empaque, Embalaje y Etiquetado.....	72
3.7.4.5.7. Requisitos del comprador .....	73
3.7.4.5.7.1. Certificaciones .....	73
3.7.4.5.7.2. Condiciones de compra .....	74
3.7.4.5.7.3. Condiciones de pago .....	75
3.7.5. PERFIL Y OPORTUNIDADES.....	78
3.7.5.1. Perfil del consumidor .....	79
3.7.5.2. Tendencia de consumo .....	80
3.7.5.3. Gustos y preferencias de los consumidores .....	81
3.7.5.4. Frecuencia de consumo .....	81
3.7.5.5. Productos sustitutos .....	81
3.7.5.6. Principales competidores de malanga .....	81
3.7.5.7. Precio del producto en el país de destino .....	82
3.7.5.8. Medios de pago .....	82
3.7.6. Proyecciones del estudio .....	82
CAPÍTULO IV.....	85
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
4.1. CONCLUSIONES.....	85
4.2. RECOMENDACIONES.....	87
CAPÍTULO V.....	88
5. PROPUESTA.....	88
5.1. TÍTULO.....	88
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	88
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	89
5.4. OBJETIVOS.....	90
5.4.1. Objetivo General.....	90
5.4.2. Objetivos Específicos .....	90
5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	90
5.5.1. ESTUDIO TÉCNICO.....	90
5.5.1.1. La organización .....	90
5.5.1.2. Localización del Proyecto .....	91
5.5.1.3. Determinación espacio físico .....	91
5.5.1.4. Misión .....	92

5.5.1.5. Visión.....	92
5.5.1.6. Diseño Organizacional.....	92
5.5.1.8. Manual de Funciones .....	93
5.5.1.9. Mapa de procesos .....	97
5.5.1.10. Fichas de Procesos .....	98
5.5.1.11. Proceso de negociación.....	102
5.5.1.12. Presentación del Producto.....	102
5.5.2. PLAN LOGÍSTICO.....	103
5.5.2.1. Cubicaje.....	105
5.5.2.2. Estimación de ventas.....	105
5.5.3. Resumen de la Distribución Física Internacional .....	106
5.5.3.1. Costos en el país de exportación.....	106
5.5.3.2. Costos en el tránsito internacional.....	107
5.5.3.3. Costos en el país de importación.....	107
5.6. Estudio económico y evaluación financiera .....	108
5.6.1. Inversión Inicial .....	108
5.6.2. Gastos de Constitución.....	109
5.6.3. Capital de Operaciones .....	109
5.6.4. Costos de Producción.....	110
5.6.5. Gastos Administrativos .....	110
5.6.6. Gastos de Exportación .....	111
5.6.7. Financiamiento .....	112
5.6.8. Total Inversión Inicial .....	112
5.6.9. Estados Financieros .....	112
5.6.10. Estado de resultados .....	113
5.7. Indicadores Financieros con Financiamiento.....	114
5.7.1. Flujos de Efectivo .....	114
5.7.2. TIR Y VAN .....	114
5.7.3. Punto de Equilibrio.....	115
5.8. RECOMENDACIONES.....	117
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	118
VII. ANEXOS.....	121

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1: DELIMITACIÓN.....	3
TABLA Nº 2: FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	9
TABLA Nº 3: FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	10
TABLA Nº 4: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	15
TABLA Nº 5: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	17
TABLA Nº 6 : INDICADORES BÁSICOS DE ECUADOR .....	20
TABLA Nº 7: ACUERDOS COMERCIALES DE ECUADOR .....	21
TABLA Nº 8: BALANZA COMERCIAL ECUADOR – MUNDO .....	22
TABLA Nº 9: PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS ECUATORIANOS .....	23
TABLA Nº 10: ECUADOR EXPORTA HACIA EL MUNDO (EN MILES DE DÓLARES) ...	23
TABLA Nº 11: COMPOSICIÓN QUÍMICA DE 100GR .....	24
TABLA Nº 12: PRODUCCIÓN DE MALANGA .....	34
TABLA Nº 13: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL .....	35
TABLA Nº 14: INDICADORES BÁSICOS DE ESTADOS UNIDOS .....	36
TABLA Nº 15: ACUERDOS COMERCIALES DE ESTADOS UNIDOS.....	37
TABLA Nº 16: BALANZA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS - MUNDO .....	38
TABLA Nº 17: PRINCIPALES DESTINOS PARA LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS .	39
TABLA Nº 18: BALANZA COMERCIAL ECUADOR - ESTADOS UNIDOS .....	39
TABLA Nº 19: PRODUCTOS IMPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS .....	40
TABLA Nº 20: ECUADOR EXPORTA HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA .....	41
TABLA Nº 21: BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES.....	42
TABLA Nº 22: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE ESTADOS UNIDOS ..	47
TABLA Nº 23: INDICADORES BÁSICOS DE CHINA .....	49
TABLA Nº 24: ACUERDOS COMERCIALES DE CHINA.....	50
TABLA Nº 25: BALANZA COMERCIAL CHINA - MUNDO.....	50
TABLA Nº 26: BALANZA COMERCIAL ECUADOR - CHINA .....	51
TABLA Nº 27: PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS Y TENDENCIA CHINA.....	52
TABLA Nº 28: ECUADOR EXPORTA HACIA CHINA .....	52
TABLA Nº 29: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE CHINA .....	63
TABLA Nº 30: INDICADORES BÁSICOS DE COLOMBIA .....	65

TABLA N° 31: ACUERDOS COMERCIALES.....	66
TABLA N° 32 COMERCIAL COLOMBIA – MUNDO .....	66
TABLA N° 33: PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN .....	67
TABLA N° 34: BALANZA COMERCIAL ECUADOR - COLOMBIA .....	67
TABLA N° 35: COLOMBIA EXPORTA HACIA ECUADOR.....	68
TABLA N° 36: COLOMBIA EXPORTA HACIA EL MUNDO.....	69
TABLA N° 37: ECUADOR EXPORTA HACIA COLOMBIA.....	70
TABLA N° 38: ECUADOR EXPORTA HACIA COLOMBIA.....	71
TABLA N° 39: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE COLOMBIA .....	75
TABLA N° 40: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS .....	78
TABLA N° 41: PERFIL DE CONSUMIDOR COLOMBIANO .....	80
TABLA N° 42: CONSUMIDORES .....	80
TABLA N° 43: CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA .....	83
TABLA N° 44: MATRIZ DE TALENTO HUMANO .....	92
TABLA N° 45: INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO.....	104
TABLA N° 46: CALCULO DE CUBICAJE .....	105
TABLA N° 47: ESTIMACIÓN DE VENTAS.....	105
TABLA N° 48: COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN .....	106
TABLA N° 49: ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL .....	107
TABLA N° 50: ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR .....	107
TABLA N° 51: ACTIVOS FIJOS - INVERSIÓN FIJA.....	108
TABLA N° 52: ACTIVOS DIFERIDOS - GASTOS DE CONSTITUCIÓN .....	109
TABLA N° 53: CAPITAL DE OPERACIÓN .....	109
TABLA N° 54: COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	110
TABLA N° 55: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	111
TABLA N° 56: GASTOS DE EXPORTACIÓN (VENTAS).....	111
TABLA N° 57: INVERSIÓN INICIAL.....	112
TABLA N° 58: BALANCE GENERAL - CON FINANCIAMIENTO.....	113
TABLA N° 59: ESTADO DE RESULTADOS - CON FINANCIAMIENTO .....	113
TABLA N° 60: FLUJO DE EFECTIVO NETO - CON FINANCIAMIENTO.....	114
TABLA N° 61: CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN.....	114

TABLA N° 62: PUNTO DE EQUILIBRIO - CON FINANCIAMIENTO .....	115
---	-----

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

GRÁFICO NO. 1 DIAGRAMA DE BLOQUE .....	31
GRÁFICO NO. 2 DIAGRAMA DE BLOQUE .....	32
GRÁFICO NO. 3 ESPACIO FÍSICO DEL CENTRO DE ACOPIO.....	91
GRÁFICO NO. 4 ORGANIGRAMA DEL CENTRO DE ACOPIO.....	92
GRÁFICO NO. 5 DIAGRAMA DE PROCESOS DEL CENTRO DE ACOPIO.....	97
GRÁFICO NO. 6 PROCESO DE NEGOCIACIÓN.....	102

## RESUMEN EJECUTIVO

La Asociación de Productores de Malanga el Limonar, ubicados en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas motivó la presente investigación debido a su limitado espectro comercial a nivel nacional, la misma que les proporcionaba pequeños ingresos económicos para el sustento familiar de sus socios, restringiendo amplias áreas productivas a otras unidades agrícolas que temporalmente le ofrezcan mayores utilidades.

El presente proyecto permite identificar alternativas de desarrollo socioeconómico y productivo de los accionistas de la asociación, quienes reúnen una oferta exportable sumamente importante (20 Tn), la misma que reúne características y condiciones de calidad atractivas para los clientes nacionales e internacionales cumpliendo con los máximos requisitos fitosanitarios exigidos por las legislaciones, el estudio de factibilidad diseñado reúne todas las garantías desde el país de origen Ecuador al país de destino Colombia.

La investigación se fundamentó en la metodología con enfoque cualitativo y cuantitativo para la caracterización de cada una de sus variables en estudio a través de la recopilación de información primaria y secundaria determinada en las modalidades de campo, bibliográfico-documental en un contexto descriptivo del entorno en el que se desarrollan los procesos de comercialización internacional.

El estudio contempla todos los requisitos legales exigidos para los procesos de exportación bajo el objetivo de establecer una negociación a largo plazo debido a los resultados obtenidos del estudio financiero donde sus indicadores son favorables para los productores nacionales como el VAN de 2.353,00 el TIR de 21,06%, que sugieren se realice el proceso de exportación, ya que este proyecto arroja datos eminentemente rentables garantizando el capital invertido a todos los integrantes de la Asociación de Productores de Malanga el Limonal.

**Palabras claves:** Mercado, demanda, oferta exportable



## ABSTRACT

The Association of Producers of Malanga, located in the Province of Santo Domingo de los Tsáchilas, motivated this research due to their limited commercial activity nationwide which gave them small income for the family support of its partners, restricting large productive areas to other agricultural units that temporarily offer higher profits.

This current project identifies some alternatives to get socioeconomic and productive development between the shareholders of the association, who have a very important export supply (20 tons), the same that brings features and quality conditions, attractive for national and international clients in compliance with the maximum phytosanitary requirements of the legislation. This feasibility study meets all the guarantees from the country of origin – Ecuador, to the destination country – Colombia.

This research used a methodology based on a qualitative and quantitative approach due to the main features of its variables through the gathering of primary and secondary information. Moreover, it was a field investigation, bibliographic – documental in a descriptive approach in which the international trade processes take place.

This research complies with all legal requirements, necessary in export processes aimed at setting up a long term business, due to the obtained results in the financial study which shows favorable indicators for national producers with a VAN equivalent to 2.365 and TIR of 21.06 which suggest developing the export process because this project shows profitable results which guarantee the invested capital by all the Association of Producers of Malanga members.

**Keywords:** market, demand, exportable supply.

## INTRODUCCIÓN

La comercialización de bienes entre países está ligada a suplir parte de la demanda insatisfecha de un país, esta actividad se lleva a cabo con el desarrollo de diversos procesos que permiten a un estado adquirir los bienes de otros, los mismos que no se producen o escasean en el país importador. Considerando este análisis la presente investigación está enfocada a la comercialización de malanga (*Xanthosoma sagittifolium*) desde la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador y al estudio de las oportunidades de mercado en Colombia, por ser uno de los principales demandantes de este producto.

En el Capítulo I se detalla el planteamiento del problema que se desea estudiar, además de la justificación donde se describe el porqué de la investigación y los objetivos que se desean alcanzar a medida que se desarrolla el proyecto.

En el Capítulo II se fundamenta teóricamente el desarrollo de la investigación estructurando los antecedentes investigativos, fundamentación legal, filosófica y vocabulario técnico, encaminadas a detallar mayor información del problema y cada una de sus variables.

En el Capítulo III se desarrolla un estudio de mercado que permite determinar la oferta y demanda de malanga en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, además de las oportunidades de mercado en Colombia para su comercialización.

El Capítulo IV contiene las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron con el desarrollo de la investigación de mercados.

En el Capítulo V se desarrolla la propuesta planteada como uno de los objetivos específicos, la cual está encaminada a dar solución al problema mediante la creación de un centro de acopio de productores de malanga y la comercialización de este producto a Colombia, a través de un plan técnico, financiero y logístico.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los productores agrícolas del Ecuador brindan una oferta de productos muy atractiva a los diferentes mercados nacionales e internacionales, sin embargo los grandes esfuerzos por exportar fomentar y desarrollar la exploración, explotación y refinación del petróleo ha incidido en un bajo crecimiento del sector agropecuario, notándose un crecimiento mínimo a las nuevas oportunidades productivas como es el caso de la malanga y otras que podrían ser potenciales en el Ecuador, debido a que nuestro país reúne las condiciones de clima, suelo y capacidades técnicas y tecnológicas que darían lugar a la presentación de una oferta sumamente importante para los mercados tanto internos como externos y solo se ha visto el apoyo por parte del Estado a los cultivos tradicionales como el banano, café, arroz como lo reporta la Encuesta de Coyuntura del Sector Agropecuario del Banco Central del Ecuador, 2013, donde se aprecia un pequeño crecimiento pero solo en los productos tradicionalmente conocidos como importantes en la producción agrícola, sin existir una identificación notoria de productos alternativos en las diferentes zonas agrícolas del Ecuador.

La malanga al ser un producto alternativo poco implementado por parte de los agricultores, no ha permitido conocer sus bondades nutricionales y alimenticias que posee, razón por la cual son pocas las asociaciones que han incursionado en el establecimiento de cultivos nuevos, debiendo considerar que en países como Estados Unidos , Canadá y España , este producto es uno de los más cotizados en sus mercados internos, perdiendo Ecuador una gran posibilidad de incursionar con una nueva alternativa productiva que genere mayores ingresos que los cultivos tradicionales.

Santo Domingo de los Tsáchilas es una provincia con una variedad de microclimas que favorecen el cultivo de una gama de productos agrícolas y que por desconocimiento de las demandas nacionales e internacionales no ha desarrollado programas de fomento agropecuario que mantengan una visión con enfoques en la comercialización internacional a la producción efectiva de productos agrícolas que cumplan parámetros y requisitos de calidad internacional.

La falta de estudios de demandas internacionales por parte de la empresa privada como de las instituciones públicas no ha permitido motivar al sector agrícola para que fomente su producción y reúna una oferta exportable atractiva que mejore su situación socioeconómica.

Según el último censo del año 2010 el cultivo de Malanga está en un letargo frecuente por parte de los agricultores debido a un desconocimiento generalizado sobre el manejo del cultivo, ocasionando una baja producción y participación en el mercado local y nula actividad comercial internacional contribuyendo con los múltiples problemas socioeconómicos tales como: incremento de la Pobreza en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas encontrándose este en un 69.6% lo que significa la población tiene ingresos per-cápita menores al costo mínimo de una canasta de bienes y servicios que permita satisfacer sus necesidades básicas, debiendo también considerar que la indigencia o incidencia de pobreza extrema en la provincia Tsáchilas es del 31%, es importante señalar que el número de migrantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas representó el 40% del total de la Región quienes buscan en otras ciudades y/o países alternativas que no las brinda esta novísima provincia, de aquí se aprecia el poco apoyo al sector más necesitado que es el sector rural y en donde se encuentran asentados la mayor cantidad de productores agrícolas que aún siguen esperando el apoyo tanto del sector público como del privado sin encontrar respuestas a sus necesidades básicas elementales de

convivencia y que se mitigarían gracias al incentivo que se dé al sector mediante el apoyo a sus diversas alternativas productivas como es el caso de la malanga que tiene una excelente acogida en los mercados internacionales.

Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería en el Ecuador el cultivo de malanga entró por primera vez a formar parte del gran número de cultivos agrícolas hace aproximadamente 18 años, pero decayó por la falta de mercado. Actualmente el cultivo recobró vida gracias a un incremento en la demanda internacional. Pero lamentablemente este producto tiene mayor acogida en el exterior y no se ha potencializado su oferta exportable, en referencia a la población ecuatoriana es sumamente baja.

## 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo inciden las oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas -Ecuador?

## 1.3. DELIMITACIÓN

**Tabla N° 1: Delimitación**

<b>Objeto de estudio</b>	Oportunidades de mercado
<b>Sujeto de estudio</b>	Comercialización
<b>Tiempo de aplicación</b>	2 Años
<b>Ubicación geográfica</b>	Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas/Pasto Colombia
<b>Área de conocimiento</b>	Comercio Exterior
<b>Grupo social</b>	Productores de malanga de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

Elaborado por: Iván López

## 1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación permitirá cumplir con un requisito básico para poder obtener el título profesional de Ingeniero en Comercio Exterior y negociación Comercial Internacional y poder brindar a la colectividad formas de comercialización eficaz y eficiente de sus productos, así como identificar nuevas oportunidades de mercado.

Existen diferentes enfoques de la economía de un país y mucho más si tomamos en cuenta la economía de la provincia de los Tsáchilas donde se determina que el mayor ingreso de sus habitantes se encuentra en el sector agropecuario y el comercio, lo cual dinamiza la economía del sector.

La presente investigación tiene diferentes enfoques alineados a la economía de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas y por ende a la economía nacional, he aquí la importancia de las instituciones educativas, las cuales deben fortalecer el vínculo con la comunidad para mancomunar ideales y conseguir una economía sólida, una producción óptima, calidad inigualable, exportación e importación basados en la negociación internacional y normativas vigentes.

Considerando que Ecuador es un país eminentemente agrícola y que este sector aporta a la economía ecuatoriana y las tendencias apuntan hacia productos que minimicen el uso de insumos químicos y costo de producción, se precisa realizar el estudio de mercado para producir, comercializar, exportar y distribuir la Malanga en diferentes mercados tanto nacionales como internacionales.

Con la comercialización de la Malanga producida en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se proyecta generar grandes oportunidades en los mercados internacionales ideando asociación y por ende liderazgo en acoplar las fuerzas de los sectores públicos y privados en el área agronómica de la provincia ya que los beneficiarios directos son los productores y comercializadores. Además se pretende contribuir al desarrollo Socioeconómico de los sectores productivos dando cumplimiento con los Objetivos del Plan del Buen Vivir (2013-2017): Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”, ya que permitirá obtener mayores ingresos económicos para su redistribución dentro de las necesidades básicas de los beneficiarios de la producción de malanga, Objetivo 8: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma

sostenible”, Objetivo 10: “Garantizar el trabajo digno, en todas sus formas”, siendo el cultivo de malanga una de las actividades legalmente producidas por los agricultores de la asociación en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Además cabe señalar que aparte del sector productivo se verán beneficiados los Proveedores de Insumos, los Operadores de Comercio Exterior quienes canalizarán la exportación de la malanga a los países demandantes, el transporte, y otros elementos importantes en la cadena de comercialización y exportación.

Para ello los instrumentos de investigación serán a través de un estudio descriptivo con el propósito de profundizar todos los procesos de comercialización de la Malanga desde el acopio de la materia prima hasta su distribución, manteniendo una información real y directa manteniendo una continua verificación de los procesos de la cadena de comercialización.

Tomando en cuenta a uno de los objetivos del Plan de desarrollo Territorial de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas donde se manifiesta que el objetivo de la agenda es potenciar el desarrollo endógeno (desarrollo que se ajusta a la naturaleza de un territorio) para construir una zona más competitiva, más equitativa y con mayores oportunidades en los mercados interno y externo, desde el punto de vista del proyecto estaremos aportando en la consecución de este objetivo para garantizar una sociedad más justa y equitativa en un mundo socioeconómico armónico de convivencia humana.

El proyecto se desarrollará respaldado por una factibilidad documental-bibliográfica ya que se fundamentará en artículos científicos, libros, publicaciones y otros para sustentar la operacionalización de las variables, además de disponer de factores técnicos y tecnológicos para viabilizar el desarrollo de la investigación la misma que se encuentra

dentro de los presupuestos económicos accesibles para el investigador y garantice la conclusión del estudio.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo General**

- Determinar la incidencia de las oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente las oportunidades de mercado y comercialización internacional.
- Realizar un estudio de mercado para identificar las oportunidades de comerciales en Colombia por parte de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas
- Diseñar un proyecto de factibilidad para la comercialización de malanga desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia el mercado Colombiano.



## **CAPÍTULO II**

### **2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Una vez desarrollada la investigación bibliográfica sobre el tema: las oportunidades de mercado en Colombia y la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas –Ecuador, se obtuvo la siguiente información, la cual permite conocer más afondo cada una de las variables presentes en el proyecto.

En el Estudio de Factibilidad para la producción de malanga blanca en el Cantón Santo Domingo de los Colorados, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, elaborado por Juan Pablo Viteri Quincha (2009), se determina que la comercialización de malanga es muy baja en el mercado mundial, siendo los principales países de destino Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Taiwán, Singapur y Canadá. Los países de América del Sur y Centroamérica entre los que se encuentra la República Dominicana, Costa Rica, Nicaragua, Ecuador y Brasil, son quienes mayor oferta mundial poseen de este producto, debido a sus condiciones climáticas. Ecuador es el cuarto exportador de este producto gracias a sus altos niveles de calidad, además de contar con buen sabor, color, textura y beneficios proteínicos que lo hacen atractivos para el mercado internacional. Lo que genera que gran parte de la oferta existente de este producto en Ecuador este destinado al mercado internacional.

En la investigación sobre el análisis de la comercialización de la malanga blanca como producto alternativo de consumo nacional e internacional periodo 2009-2012, elaborado por Ivonne Cevallos Salazar, se determina que la producción de malanga en Ecuador se destina principalmente a la exportación que al consumo nacional, puesto que su valor es más elevado en el mercado internacional que en el local, lo que genera beneficios para los productores e intermediarios. Dentro del mercado internacional el

mayor consumidor de malanga es Estados Unidos debido a los altos niveles nutricionales que posee el producto. Las exportaciones de malanga ecuatoriana han incrementado durante los últimos 5 años especialmente en los meses de octubre y febrero cuando en otros países la producción de malanga disminuye.

En la Investigación sobre Estudio de la Producción y Comercialización de la Malanga: Estrategias de Incentivos para la Producción en el País y Consumo en la Ciudad de Guayaquil, elaborado por el Ing. Jaime Zapata y el Eco. César Velásquez (2013), se determina que en el Ecuador se cuenta con las mejores condiciones climáticas favorables para la producción de malanga, generando que exista una mayor disponibilidad del producto durante todo el año para el mercado nacional e internacional. Actualmente el Gobierno a través de las instituciones del Estado realiza programas de fomento para la producción de malanga, así como para la creación de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar e incentivos otorgados a los agricultores para incrementar la producción de este bien y de esta forma entrar a los mercados de mayor consumo como Estados Unidos, Colombia y Venezuela.

En el Proyecto de Inversión para la Exportación del Producto Agrícola no Tradicional Malanga hacia el Mercado Español, elaborado por Luis Pacheco, Pablo Paredes y Ronnie Pisculla (2009), se determina que en el Ecuador las zonas productoras de malanga son Santo Domingo de los Tsáchilas y las zonas aledañas como la Vía a Quevedo, Vía Chone y Vía Esmeraldas quienes destinan el producto al mercado internacional debido a que en el país no se consume por la falta de información sobre su uso, formas de preparación y bondades nutricionales que proporciona. Las exportaciones de malanga ecuatoriana están destinadas a países como Estados Unidos, Puerto Rico y España, pero actualmente se está abriendo el mercado de Colombia y Venezuela. La apertura a estos mercados internacionales es posible gracias a los múltiples acuerdos que se

mantienen con estos países, por lo que se goza de beneficios en la comercialización de este producto.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En la tabla presente a continuación se muestran la normativa correspondiente de Ecuador y los acuerdos suscritos entre Ecuador y Colombia, los mismos que permiten analizar los procesos de comercialización de malanga desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador hasta la ciudad de Pasto en Colombia:

**Tabla N° 2: Fundamentación legal**

<b>Constitución de la República del Ecuador (2008)</b>	<p><b>Art. 336.-</b> El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 157)</p> <p><b>Art. 417.-</b> Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 183)</p>
<b>Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)</b>	<p><b>Acuerdo regional de apertura de mercados a favor del Ecuador.-</b> suscrito en abril de 1983 y modificado en 1984 y 1986.</p>
<b>Comunidad Andina de Naciones (CAN)</b>	<p><b>Decisión 563.-</b> Acuerdo de Cartagena</p> <p><b>Decisión 416.-</b> Normas Especiales para la Calificación y Certificación del Origen de las Mercancías</p>
<b>Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)</b>	<p><b>Objetivo 3:</b> Mejorar la calidad de vida de la población</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible</p> <p><b>Objetivo 10:</b> Garantizar el trabajo digno, en todas sus formas</p>
<b>Código Orgánico de la Producción Comercio e inversiones (COPCI)</b>	<p><b>Art. 93.- Fomento a la exportación.-</b> El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno. (COPCI, 2010, pág. 36)</p> <p><b>Art. 4.- Fines</b></p> <p><b>c.</b> Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas; (COPCI, 2010, pág. 5)</p> <p><b>p.</b> Facilitar las operaciones de comercio exterior. (COPCI, 2010, pág. 5)</p> <p><b>Art. 154.- Exportación definitiva.-</b> Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas</p>

	aplicables. (COPCI, 2010, pág. 52)
--	------------------------------------

**Fuente:** Constitución del Ecuador, COPCI, CAN, ALADI

**Elaborado por:** Iván López

## 2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

**Tabla Nº 3: Fundamentación filosófica**

TEORÍA	CARACTERÍSTICA	RELACIÓN
Ventaja absoluta	Según Adam Smith la ventaja absoluta se basa en que un país debe especializarse en la producción de bienes y servicios que puede hacer mejor optimizando recursos.	La elaboración de malanga en el Ecuador se desarrolla porque existen muchos productores que conocen sobre el tema y son especialistas en su cultivo y cosecha.
Ventaja comparativa	Según David Ricardo los países deben especializarse en la producción de ciertos bienes y servicios para su exportación los mismos que deben competir en precios con el mercado exterior, ofreciéndolos a un costo menor al resto de bienes.	Para competir en precios en el mercado exterior la producción de malanga en Ecuador debe optimizar recursos que permitan generar menores gastos y por ende un valor de venta bajo al resto de países.
Nueva teoría del comercio exterior	Según Paul Krugman el comercio se basa en la organización industrial al diversificar la producción de los bienes que ofrecen los países al resto del mundo para que tomen ventaja de las economías a escala.	La industrialización de los bienes que se producen en el Ecuador siendo el caso de la malanga permite ofrecer al mercado extranjero una mayor línea de productos para ser más competitivo.

**Fuente:** García Juan

**Elaborado por:** Iván López

## 2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

### Acuerdos comerciales

Tratados entre dos o más países, mediante los cuales se sistematizan materias estrictamente comerciales. Tienen carácter de tratados arancelarios para gestionar ventajas y seguridad en las aplicaciones de las tarifas y regímenes aduaneros que afectan a los contratistas. (Arman, 2011)

### Auxiliares del servicio aduanero

También auxiliares del comercio; personas de existencia visible o ideal, conocidos como agentes de comercio exterior, encargados de gestionar

en nombre y por cuenta de un tercero los trámites de introducción y salida de mercadería ante el organismo fiscalizador. (Arman, 2011)

### **Balanza Comercial**

Conjunto de transacciones comerciales realizadas por un país con el resto del mundo, en un periodo determinado generalmente un año, consistentes en la importaciones y exportaciones de mercancías. (Arman, 2011)

### **Carga**

Mercaderías objeto de transporte mediante el pago de cierto valor monetario. Mediante la utilización de distintas modalidades de transporte como: el aéreo, marítimo y terrestre. (Arman, 2011)

### **Comercialización**

Conjunto de operaciones encaminadas a comercializar bienes o servicios. Estas acciones son realizadas por organizaciones, empresas y grupos sociales.

### **DAF (delivered at frontier)**

“Entregadas en frontera” el vendedor debe realizar la entrega de la mercancía a disposición del comprador sobre el medio de transporte utilizado y no descargado, en el punto y lugar convenido en frontera, antes de pasar la aduana. (Arman, 2011)

### **Declaración de aduana**

Formulario impreso, debidamente cumplido por el importador/exportador que tiene como objetivo principal: permitir la liquidación y el cobro de los derechos, impuestos u otros gravámenes que se deba pagar por las mercancías. (Arman, 2011).

### **Embalaje**

Protección de las mercancías durante el transporte y manejo generado en el proceso de exportación, de modo que lleguen a manos del cliente final en buen estado. (Arman, 2011)

### **Fecha de Embarque**

Es aquella que se estipula en la declaración de exportación. A partir de esta fecha se establecen los plazos dentro del proceso de exportación.

(Arman, 2011)

### **Manifiesto**

Relación detallada de toda la mercancía que lleva un vehículo o medio de transporte, que debe ser presentada por el transportista a las autoridades competentes que se la requieran. (Arman, 2011)

### **Nomenclatura arancelaria**

Nómina de mercancías, objetos de comercialización, ordenadas metódicamente a base de principios, su naturaleza, origen, destino, etc.

(Arman, 2011)

## **2.5. IDEA A DEFENDER**

¿Cómo inciden las oportunidades de mercado en Colombia en la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas -Ecuador?

## **2.6. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES**

**Variable Dependiente.-** Comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

**Variable Independiente.-** Oportunidades de mercado en Colombia

Dentro del estudio se han considerado como variable dependiente a la comercialización, para su correcto desarrollo depende de si existen o no oportunidades de mercado para incursionar con un nuevo producto. En cuanto a las oportunidades de mercado, se la considera como variable independiente, debido a que se debe conocer y estudiar si existe un mercado que requiera del producto que se pretende comercializar, para así identificar la demanda real existente en el medio.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación se utilizará un enfoque con paradigma cualitativo el mismo que permitirá realizar la contextualización y perspectivas desde dentro de las variables a investigar tanto en la Asociación de Productores de Malanga el Limonar ubicados en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, como en el sector demandante en Colombia asumiendo a la comercialización como una realidad dinámica. Y un paradigma cuantitativo ya que permitirá realizar la medición de cada una de las características en el proceso investigativo a través de la utilización de técnicas cuantitativas.

#### **3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Las modalidades a utilizar en esta investigación son: investigación de campo, ya que se realizará un estudio sistemático de los hechos en el sitio donde ocurren o se producen las circunstancias haciendo contacto en forma directa con la realidad para la toma y obtención de la información.

Investigación documental-bibliográfica la misma que permitirá detectar, ampliar y profundizar los diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de varios autores sobre las variables a investigarse, a través de documentos, libros, revistas, publicaciones, entre otras.

#### **3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación a aplicarse es el descriptivo para caracterizar el comportamiento de los componentes que integran las variables sujetas a investigación, clasificando elementos y estructuras según los criterios establecidos para la investigación.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

La población y muestra se ajustan a un muestreo no probabilístico intencional el mismo que toma en cuenta directamente el criterio del investigador y para efecto del estudio se asume directamente a la Asociación de Productores de Malanga el Limonar ubicada en Parroquia Luz de América/Recinto El Limonal, la fuente que proporcionará la información desde sus altos dirigentes administrativos, debido a que estos disponen de toda la información requerida para el desarrollo de la investigación.

### **3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**



**Tabla Nº 4: Operacionalización de variables**

<b>IDEA A DEFENDER:</b> ¿Cómo incide las oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas -Ecuador?						
<b>VARIABLES</b>	<b>ÍNDICES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>INFORMANTE</b>
VI. Oportunidad de mercado en Colombia	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Socioeconómicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la situación del PIB en Colombia?</li> <li>¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Colombia?</li> <li>¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes?</li> <li>¿Cuál es el índice de riesgo país de Colombia?</li> <li>¿Cuál es el índice inflacionario de Colombia?</li> <li>¿Cómo está constituida la población de Colombia?</li> </ul>	Fichaje	Fichas bibliográficas	Acervo documental etc.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)?</li> <li>¿Cuál es la política económica?</li> <li>¿Cuál es la balanza comercial?</li> </ul>			
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Existen barreras arancelarias para la importación de malanga?</li> <li>¿Existen barreras no arancelarias para la importación de malanga?</li> <li>¿Existe etiquetado embalaje como requisito para la importación de malanga?</li> </ul>			
	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perfil del consumidor (necesidades, motivaciones, Hábitos de compra, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es el perfil del consumidor?</li> <li>¿Cuáles son los potenciales consumidores?</li> <li>¿Cuál es el nivel de consumo?</li> </ul>			

	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importaciones</li> <li>• Exportaciones</li> <li>• Producción nacional</li> <li>• Demanda insatisfecha</li> <li>• Precios del producto</li> <li>• Competencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones?</li> <li>• ¿Existe producción nacional / local?</li> <li>• ¿Cuál es la demanda insatisfecha?</li> <li>• ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?</li> <li>• ¿Cuál es la competencia internacional?</li> <li>• ¿Cuál es el Canal de distribución?</li> </ul>			
--	----------	--	--	--	--	--

**Tabla Nº 5: Operacionalización de variables**

<b>IDEA A DEFENDER:</b> ¿Cómo incide las oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas -Ecuador?						
<b>VARIABLES</b>	<b>INDICES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>INFORMANTE</b>
VD: Comercialización internacional de malanga	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Político/legal (medidas arancelarias, no arancelarias)</li> <li>Factores socio económico</li> <li>Grupo ofertante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de malanga?</li> <li>¿Cuál es la balanza comercial?</li> <li>¿Cuál es la política económica / comercial?</li> <li>¿Existen barreras arancelarias para la exportación de malanga?</li> <li>¿Cuál es la situación actual de Ecuador?</li> <li>¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?</li> <li>¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?</li> </ul>	Fichaje Entrevista	Fichas bibliográficas Cuestionario	Acervo documental (Instituciones ecuatorianas y colombianas)
	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Características del producto</li> <li>Costos de producción</li> <li>Oferta exportable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál son las características del producto?</li> <li>¿Cuáles son los proveedores del sector?</li> <li>¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación?</li> </ul>	Fichaje Entrevista	Fichas bibliográficas Cuestionario	Productores
	LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Canal de distribución</li> <li>Red de transporte</li> <li>Proceso logístico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son las características del embarque?</li> <li>¿Cuáles son los costos en origen?</li> <li>¿Cuáles son los costos en transporte?</li> <li>¿Cuáles son los costos en destino?</li> </ul>	Entrevista	Cuestionario	Ing. Melida Carrasco (Asesora comercial de la empresa EXPORT IMPORT MELEVYN Cía. Ltda.)
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD			Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico		

Fuente: Lerma & Enríquez, 2010

Elaborado por: Iván López

### **3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

La recolección de información para el desarrollo del presente proyecto se ha realizado mediante procesos estructurados y sistémicos que permiten recopilar datos sobre las variables involucradas en esta investigación, para ello fue necesaria la aplicación de fuentes secundarias y fuentes primarias:

*La fuentes primarias* se elaboraron mediante el uso de entrevista al señor Luis Emilio Anzules Rivadeneira presidente de Asociación de Productores de Malanga el Limonar con número de cedula 1215871255, cel. 0939386938, información que posteriormente se determinó si su incidencia afecta positiva o negativamente en los procesos de comercialización nacional e internacional.

Para la recopilación de *información secundaria* se realizó mediante la búsqueda de información en páginas web confiables, que brindaron información oportuna y actual como: el Banco Central del Ecuador (BCE), Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), Instituto de Estadísticas y Censo (INEC), Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad y el Agro (AGROCALIDAD), Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), Instituto de Promoción de Importaciones (Pro Ecuador), Banco Mundial, TRADEMAP, Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, Naciones Unidas (ONU), Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Organización de los Estados Americanos (OEA), Guía Comercial de Colombia, DANE, ALADI, DIAN, los mismos que permitieron recopilar información pertinente sobre el mercado ecuatoriano de malanga, el mercado de Estados Unidos, China y Colombia, para determinar a cuál de estos tres países es más factible realizar la exportación de malanga ecuatoriana, dejando a los otros dos países como posibles mercados de destino frente a supuestos que pueden presentarse en el transcurso de la comercialización internacional.

La aplicación de estas dos fuentes de búsqueda permiten conocer más a fondo el tema a investigar proporcionando información relevante sobre las oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga ecuatoriana.

### **3.7. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados**

#### **3.7.1. ESTUDIO DE MERCADO DEL ECUADOR**

##### **3.7.1.1. Análisis situacional externo**

De acuerdo con la Guía Comercial de Ecuador, 2014, (pág. 12), Ecuador forma parte de varios organismos internacionales importantes, que le permiten obtener beneficios políticos, económicos, etc. para mejorar el desarrollo del país. Entre ellos: la CAN, el ALBA, la UNASUR, la ALADI, y el MERCOSUR; cada uno de estos le facilita el acceso a mercados internacionales, permitiéndole ser más eficiente y rentable económicamente para la comercialización de los diferentes productos.

##### **3.7.1.1.1. Entorno político**

La política comercial que maneja Ecuador procura una inclusión inteligente en la economía mundial, a través de ejes de acción importantes, tales como la diversificación de los mercados, productos, complementación económica, así también la reducción de irregularidades en el comercio nacional e internacional.

De acuerdo a las políticas agropecuarias, estas se basan en el productor, para brindarle mayores ingresos económicos y sea más competitivo en el mercado; según el Ministerio de Agricultura y Ganadería en su Registro Oficial 281, plantea doce políticas para el sector agropecuario ecuatoriano, las cuales hacen referencia a:

Fortalecimiento de la institucionalidad del sector público y privado, desarrollo de la agroindustria, mercados y sistemas de comercialización internos y externos, desarrollo integral de las nacionalidades indígenas, pueblos montubios, afroecuatorianos y agricultores en general, asociación en cadenas y territorios, normatividad y sistemas de sanidad e inocuidad agropecuaria, financiamiento, inversión y uso de seguros para el sector


agropecuario, producción y mercados: difusión de información, Investigación, transferencia de tecnología y capacitación al recurso humano, manejo y conservación de los recursos naturales, titulación y regularización de tierras, cooperación internacional para el desarrollo del sector agropecuario, y apoyo a productos sensibles del sector agropecuario. (pág. 4).

Las políticas que se acaban de mencionar entraron en vigencia desde el año 2006 y se mantendrán hasta el 2016, la finalidad de estas es mejorar la producción, productividad y capacidad técnica del sector agropecuario, centrándose en la producción agrícola y el rol del agricultor en la conservación de los recursos naturales, así como también el incremento e impulso del capital social y el mantenimiento de la vida comunitaria.

### 3.7.1.1.2. Entorno socioeconómico

A continuación se muestra el detalle de los indicadores socioeconómicos de Ecuador, los cuales se basan en población, tasas de crecimiento, de desempleo, inflación, PIB, PIB per-cápita, entre otros.

**Tabla Nº 6 : Indicadores básicos de Ecuador**

INDICADOR	ÍNDICE
	
CAPITAL	Quito
Principales ciudades	Guayaquil, Cuenca, Ambato
Población (2014)	16.027.470
Tasa de Inflación (2014)	2,70%
Tasa de crecimiento poblacional (2014)	2,5%
Producto interno bruto (2014)	\$ 90.02 mil millones
Tasa de crecimiento del PIB (2014)	4,6%
PIB Per Cápita (2014)	\$ 10.600
Composición del PIB (2014)	agricultura: 5,9%
	industria: 35,1%
	servicios: 59%
Canasta Básica Familiar	620,86 USD mensual
Tasa de Desempleo (2014)	5,1%
Moneda	Dólar americano (USD)
Tipo de cambio (2014)	1 dólar americano
Idioma	Español

**Fuente:** Banco Mundial (2015)

**Elaborado por:** Iván López

Los indicadores socioeconómicos muestran la situación real y actual del país, así se puede evidenciar la inflación en el año 2014 fue de 2,70%, misma que es menor al año 2013 la cual presentó un 4,16%; esto se debe a la estabilidad en los precios de artículos relacionados a alimentos, bebidas no alcohólicas, restaurantes, hoteles y transporte. (Banco Mundial, 2014).

De igual forma se puede indicar que el PIB es de 4,6% el cual incremento en relación al año anterior, entre las contribuciones más importantes al PIB se encontraron: correos y comunicaciones, construcción y obras públicas y comercio, esto influyó directamente en la tasa de crecimiento del mismo y del per-cápita. (Andrade, 2014, pág. 2)

En cuanto a la canasta básica familiar se consideran los bienes y servicios que satisfacen las carencias de primera necesidad de un hogar, según Andrade, M, (2014), estos son los alimentos y bebidas; vivienda; indumentaria y misceláneos, estos son indispensables en la canasta básica familiar. De igual forma se considera la tasa de desempleo del año 2014 que fue de 5,1%. (pág. 3).

### 3.7.1.2. Acuerdos comerciales de Ecuador

**Tabla Nº 7: Acuerdos comerciales de Ecuador**

<b>Acuerdo</b>	<b>Objetivo</b>
El Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación No. 29	Incorporación de preferencias consecuencia de la renegociación, observación y reajuste de las ventajas otorgadas en las listas nacionales de Ecuador y México
El Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica ACE No. 46	Fortificar el comercial internacional mutuo mediante el permiso de preferencias arancelarias y no arancelarias
El Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica ACE No. 59	Implantar el marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica
Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	Crear preferencias arancelarias mutuas a un número restringido de productos.

**Fuente:** Guía Comercial Ecuador (2014)

**Elaborado por:** Iván López

### 3.7.1.3. Balanza Comercial de Ecuador

**Tabla Nº 8: Balanza comercial Ecuador – Mundo  
(Millones de dólares)**

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	17.489,93	22.322,35	23.764,76	24.847,85	25.732,27
Importaciones	19.468,65	23.151,86	24.205,37	25.888,84	26.459,29
Balanza Comercial	-1.978,73	-829,50	-440,61	-1.040,99	-727,02

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2015)

**Elaborado por:** Iván López

La balanza comercial de Ecuador en los últimos cinco años ha presentado saldos negativos, en el año 2010 el déficit comercial fue de 1978 millones, para el siguiente año esta tiene una notable disminución a 829 millones, lo cual es beneficioso para el país, de igual forma disminuye aún más para el 2012 con 440 millones, pero esta incrementa en el año 2013.

Según (Andrade, 2014), las variaciones en la balanza comercial se deben al movimiento y manejo de las importaciones y exportaciones, considerando que en los últimos cinco años se ha evidenciado una tendencia de crecimiento de las exportaciones no petroleras, excepto en el 2013 donde hubo un déficit mayor, las tasas de crecimiento de las exportaciones han sido positiva con un 13,67%, en comparación con las importaciones durante el mismo periodo esta tiene una tendencia creciente mediante una tasa de 14,14% (pág. 15)

### 3.7.1.4. Países importadores de productos ecuatorianos

Ecuador es un país que cuenta con gran variedad de productos, ya sean para consumo humano o materias primas, entre los cuales se destacan las flores, mariscos, petróleo, banano, cacao, etc. Estos productos tienen como mercados de destinos los países que se muestran en la siguiente tabla.



**Tabla N° 9: Principales países de destino para los productos agrícolas ecuatorianos**

Importadores	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en 2011	Valor exportada en 2012	Valor exportada en 2013
Mundo	13863050	17489922	22342524	23852017	24957644
Estados Unidos	4625857	6077496	9725735	10662567	11130951
Chile	899982	846629	1105504	1993835	2464236
Perú	939436	1335590	1764574	1991585	1882868
Colombia	678338	793062	1023209	1059110	921668
Federación de Rusia	619738	596657	699889	706777	817411
España	317037	354200	467730	444001	781758
Panamá	1963836	2139170	1041441	923548	628362
Japón	109239	401977	348854	653694	570418
China	124208	328738	191850	391462	568770
Venezuela	563933	973960	1473870	1007903	464225

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado por:** Iván López

Como se puede evidenciar en la tabla anterior el principal mercado de destino es Estados Unidos, seguido de Chile y Perú, estos se han mantenido durante los últimos cinco años, importando los productos de primera calidad que se cultivan en Ecuador, representando así una oportunidad para ingresar nuevos productos a otros mercados, contando que estos cumplen con los diferentes requerimientos de calidad y condiciones que se cultivan y comercializan.

### 3.7.1.5. Exportaciones ecuatorianas de malanga al mundo.

**Tabla N° 10: Ecuador exporta hacia el mundo (En miles de dólares)**

Código	Descripción del producto	Destinos	2014
'0714901000	Raíces de arrurruz y de salep, aguaturmas "patacas" y raíces y tubérculos simil. ricos en fécula o en inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incl. troceados o en "pellets", así como médula de sagú (exc. raíces de mandioca "yuca" y batatas "boniatos, camotes"): maca ( <i>lepidium meyenii</i> )	Estados Unidos	1.528,74
		Hong Kong	782,9

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2014)

**Elaborado:** Iván López

Las exportaciones ecuatorianas de malanga están destinadas principalmente a Estados Unidos y Hong Kong, con un total de 2.311,64 millones de dólares en 2014, equivalente a 1.702,73 toneladas.

### 3.7.1.6. Producto a Exportar

#### 3.7.1.6.1 Descripción del producto.

**Malanga.-** La malanga es conocida también como yautia, cocoyam, eddo, coco, tannia, macal, quiscamote, tiquisque, sato-imo. En Ecuador la cosecha se realiza a los 12 meses para la malanga morada o lila.

**Uso:** La malanga se consume cocida y como harina para diversos usos como frituras. Con ella se preparan numerosos platos como sopas y pastas, guisos, ensaladas, dulces, panes, pasteles y galletas.

**Almacenaje:** A temperaturas de aproximadamente 7°C, la malanga se puede almacenar hasta 3 meses.

**Disponibilidad:** todo el año.

#### 3.7.1.6.2. Características nutricionales de la malanga

La malanga es una fuente de nutrición y alta digestión por contar con almidón de estructura microgranular, minerales y vitaminas.

#### 3.7.1.6.3. Composición química

Tabla N° 11: Composición química de 100gr

Composición	Unidad	Crudo	Cocinado
Humedad	Grs	71.9	72
Proteína	Grs	1.7	1,0
Grasa	Grs	0,8	0,2
Carbohidrato	Grs	23,8	25,7
Fibra	Grs	0,6	0,4
Cenizas	Grs	1,2	0,7
Calcio	Mg	22,0	26,0
Fósforo	Mg	72,0	32,0
Hierro	Mg	0,9	0,6
Vitamina A Retinol	Mcg-meq	3	
Tiamina	Mg	0,12	0,08
Riboflavina	Mg	0,02	0,01
Niacina	Mg	0,6	0,04
Ácido ascórbico	Mg	6	

**Fuente:** Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela (2013)

**Elaborado por:** Iván López

La malanga es un alimento muy nutritivo y fácilmente digerible, se lo utiliza tradicionalmente en la dieta infantil y para alimentar a cualquier tipo de

enfermo, este es un alimento principalmente energético, de acuerdo a su alto contenido nutricional este producto es muy apetecido en mercados nacionales e internacionales. (Bruso, 2013).

### **3.7.1.7. Ciclo de producción de malanga**

#### **3.7.1.7.1. Preparación del suelo**

Para un buen desarrollo de los tubérculos se requiere una buena preparación del terreno, esto incluye arada, rastreada y alomillada, esta última labor es indispensable para un buen desarrollo de los cormelos, esto incluye arada a 25 o 30 centímetros de profundidad, rastreada y la incorporación de abono al suelo; Por último se trazará una raya en el centro del camellon para la siembra de la semilla. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013)

La labranza del suelo se ha definido como el arte de cultivar la tierra para el buen desarrollo de las plantas. Por lo tanto, comprende cada uno de las operaciones prácticas y necesarias con el objetivo de crear las condiciones para la buena germinación de las semillas y el óptimo desarrollo de las raíces.

Los tipos de labranza aplicados al suelo corresponden a la labranza primaria y secundaria; en donde la labranza primaria implica trabajar el suelo en toda su superficie con el propósito de crear una cama para el desarrollo de las raíces, o la profundidad necesaria para el cultivo a sembrar y a la cama de semillas con la consecuencia acorde con la profundidad de siembra, contenido de humedad y tamaño de las semillas. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013)

#### **3.7.1.7.2. Preparación de la semilla**

Se propaga vegetativamente, se recomienda utilizar trozos de cormo con tres o cuatro brotes (yemas) de 100 a 150 gr cada uno; y, también son utilizados los cormelos (tubérculos) pequeños y redondos de 100 a 200 gr. La semilla debe ser desinfectada con vitavax, especialmente cuando se

utilizan cormelos y cormos cortados; previamente deben lavarse las semillas para que funcione mejor la desinfección de las mismas.

#### **3.7.1.7.3. La semilla**

Las semillas de malanga son sembradas a una profundidad de 7 a 10 cm. La distancia de siembra depende de la fertilidad del suelo y la labranza futura del cultivo: ya sea manual o mecánica. En nuestro medio las distancias de siembra deben ser de 1 metro entre hilera/50cm. entre planta. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013)

El período adecuado de siembra de la malanga es a la entrada de la estación lluviosa, sin embargo si se dispone de riego puede sembrarse durante todo el año. Cuando la siembra es manual, se realiza con la ayuda del espeque el cual consiste en una palanca de madera, redonda por una extremidad y cuadrada por la otra para abrir hoyos luego en el fondo de los mismo coloca el abono, se tapa y luego se siembras los cormelos o cormos, esto es para que la planta disponga tempranamente de los nutrientes requeridos. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013).

#### **3.7.1.7.4. Los aporques**

Las labores de cultivo consisten en dos o tres aporques manuales a los 60-120 y 180 días después de la siembra. Esto consiste en cubrir con tierra la planta para que se pongan más tiernas y blancas o mover la tierra para amontonarla en torno a los troncos o los tallos. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013)

Los aporques tienen que hacerse en forma simultánea que las fertilizaciones o abonaduras. Los aporques tienen doble finalidad, la primera evitar que se desarrollen macollos por la germinación de los cormelos y la segunda aumenta la producción de tubérculos de malanga hasta en un 80%. El aporque se lo realiza con azadón. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013)

#### **3.7.1.7.5. Fertilización**

Por su abundante producción de hojas grandes, la malanga tiene una actividad fotosintética muy alta, por lo tanto se recomienda la utilización de reguladores de crecimiento con el propósito de aumentar la iniciación y crecimiento de los cormelos y reducir el desarrollo de la parte vegetativa (Hojas). Existe una correlación lineal positiva entre el área foliar y la producción de cormelos. Se recomienda dividir la aplicación de nitrógeno en dos partes: a la siembra y después de 3 meses. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013)

Está demostrado que buenos rendimientos de cormelos se producen luego de las aplicaciones de superfosfato triple. Es recomendable la aplicación de estiércol y cal para incrementar la producción de cormelos.

Las aplicaciones de fertilizantes potásicos, da mayor resistencia de la planta a la deficiencia de agua, y también mejora la asimilación, tras locación y acumulación de agua a nivel del tubérculo. La malanga contiene en su estructura muchos nutrientes, por consiguiente responde fácilmente a las aplicaciones de abonos orgánicos y fertilizantes químicos simples y compuestos.

#### **3.7.1.7.6. Control de las malezas**

Según el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela (2013), “el cultivo de la malanga es afectado por la presencia de las malezas, especialmente durante los 5 primeros meses, siendo las principales: el bledo (*Amaranthusspp.*), coquito (*Cyperus spp.*) y la saboya (*Panicum maximun*)”.

Una buena preparación del suelo evita la presencia inmediata de las malezas. Se puede combatir a las malezas, mediante controles manuales y químicos, es aconsejable combinar los dos métodos.

### **3.7.1.7.7. Cosecha y rendimiento**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013), la cosecha se realiza a los 8 meses de la siembra para la malanga blanca y a los 12 meses para la malanga morada. Antes de la recolección es recomendable visitar a las empacadoras para conocer cuándo se debe entregar el producto y las exigencias de calidad exigibles en ese momento por el mercado. La planta está lista para ser cosechada cuando las hojas inferiores se tornan amarillentas y cuando los cormelos se cierran en la parte superior. Aproximadamente, ocho días antes de sacar los cormos y cormelos del suelo, se procede a eliminar el follaje de la planta.

La cosecha se realiza de forma manual, halando la mata, para lo cual se desentierra los cormos y cormelos y luego se clasifican separando los cormelos comerciales de los no comerciales. Una hectárea tiene como producción promedio unas 700 cajas de 50 libras de calidad Premium, alrededor de 150 cajas de segunda calidad y el equivalente de 50 cajas de rechazo. (Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, 2013).

Según el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013), la calidad Premium tiene como principal parámetro el tamaño de los cormelos deben tener mínimo diez pulgadas de largo y 1 libra de peso. Aquellos cormelos que no cumplen con este parámetro son considerados de segunda, los cuales miden mínimo 7 pulgadas y pesan entre 10 onzas.

### **3.7.1.7.8. Lavado**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013), el lavado de la malanga se lo hace en agua con 100 ppm de hipoclorito de calcio (cloro). La malanga sale casi limpia del suelo por lo tanto este lavado consiste en una desinfección, en cual los cormelos se sumergen en los recipientes que contienen la solución de hipoclorito de calcio (cloro) durante 5 minutos.

Hipoclorito de calcio (cloro), es una mezcla de polvo-grano blanco, bajo condiciones normales puede ser almacenado hasta por un año. Se disuelve fácilmente en agua y tiene grandes funciones desinfectantes.

#### **3.7.1.7.9. Clasificación**

Se separan los cormos y cormelos dañados quebrados, golpeados, con heridas, deformes, muy pequeños o con lesiones de plagas. El producto luego se clasifica por tamaños y, posteriormente, si es necesario, se procede a sumergirlo por treinta segundos en una solución de Thiabendazole al 0.05% (1 gramo por litro), esto se lo realiza cuando no ha sido suficiente con el lavado y a quedado una que otra sustancia no deseada. Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013).

##### **3.7.1.7.9.1. Clasificación de calidad**

- ✓ **Extra:** no tiene defectos, salvo superficiales y leves.
- ✓ **Primera:** defectos leves (cicatrización que no supere el 25% de la superficie, áreas raspadas que no superen el 20% de la superficie).
- ✓ **Segunda:** cicatrización que no supere el 25% de la superficie, áreas raspadas que no superen el 30% de la superficie.

En ninguno de los casos puede afectar su aspecto general, calidad, estado de conservación y presentación y la pulpa. Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013).

##### **3.7.1.7.10. Secado**

Según el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013), luego de cosechada la malanga, se dejan los cormelos secando durante dos días, con la finalidad que desaparezca la humedad que ha quedado después del lavado. La malanga se colocan en un tendal, de acuerdo a la temperatura ambiente el secado será de uno a dos días, aunque en zona más tropicales solo requiere máximo un día.

#### **3.7.1.7.11. Empaque**

El tubérculo debe ser empacado en cajas de plancha de fibra ventiladas totalmente telescopiables de doble pared de cartón corrugado o en jabas de madera alambrada con viruta para reducir el magullamiento, en presentaciones de once kilos (veinticinco libras) y veinticuatro kilos (cincuenta libras). También se empacan en sacos de brin o de plástico tejido de veintitrés kilos (cincuenta libras) la presentación dependerá del productor. Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013).

#### **3.7.1.7.12. Almacenamiento**

Para el Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013), La malanga presenta un período de vida útil de tres meses, manejándola en refrigeración. Es muy sensible a daños por enfriamiento, presentando descomposición por humedad y por la presencia de altas temperaturas.

Presenta buenas condiciones de conservación al ambiente natural, lo mismo ocurre a bajas temperaturas. En ambiente natural (26 grados centígrados y 76% de humedad relativa). Es conveniente que estando ya empacada se distribuya para evitar tiempo de almacenamiento.

#### **3.7.1.7.13. Transporte**

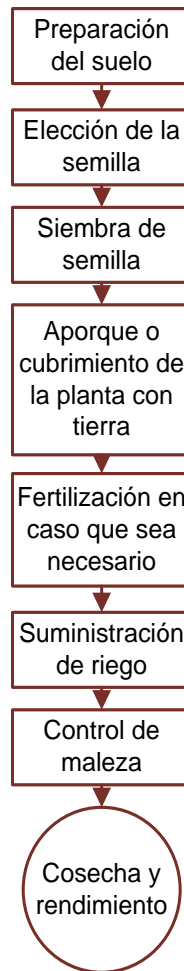
La malanga se transporta en furgones refrigerados manteniendo la temperatura y humedad relativa mencionada. En un contenedor de cuarenta pies, se puede almacenar un promedio de 800 cajas de 50 libras, es decir, un peso total aproximado de 41.600 libras. Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela, (2013).

En el actual proyecto se tiende a realizar la producción hasta el empaque de la malanga, por lo tanto una vez empacada inmediatamente los furgones de los intermediarios pasaran a transportarla a su destino final.



### 3.7.1.8. Flujograma de producción de malanga

Gráfico No. 1 Diagrama de bloque

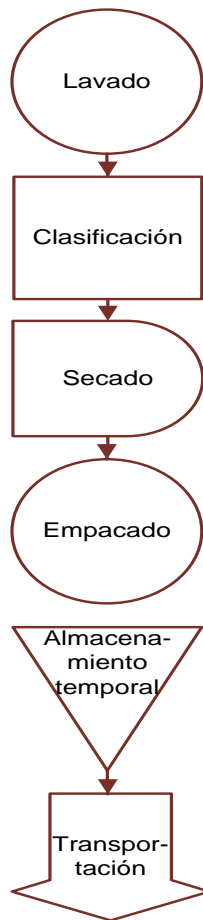


**Fuente:** Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela (2013)

**Elaborado por:** Iván López

### 3.7.1.9. Flujograma del ciclo de post cosecha

Gráfico No. 2 Diagrama de bloque



**Fuente:** Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela (2013)

**Elaborado por:** Iván López

### 3.7.1.10. Instalaciones, maquinarias y equipos

#### 3.7.1.10.1. De las instalaciones:

Según Valencia y Bravo (2013), manifiestan que el terreno donde se implementarán los sembríos de malanga deben tener un poco más de 5 hectáreas, además un espacio para realizar el proceso de secado y un área para realizar el empaquetado de la malanga y su almacenamiento temporal; hasta el momento en que se distribuya la producción.

El tipo y calidad de construcción del área administrativa será de hormigón armado, mientras que el área de lavado y empaque será de estructuras metálicas con techo sin cerramiento debido a que la malanga debe estar a temperatura ambiente evitando la acumulación del calor por encerramiento. (Valencia & Bravo, 2013, pág. 75)

#### **3.7.1.10.2. De las maquinarias y equipos:**

Las maquinarias y equipos que se requieren para las fases de preparación del suelo, siembra, riego y fertilización, son básicamente la máquina aradora, bomba para aumentar el potencial del caudal en el regadío a base de combustible, y bomba para los productos químicos, el resto de las labores complementarias, así como su recolección, secado y embalado se lo realiza manualmente y no se requiere de maquinarias ni equipos. (Valencia & Bravo, 2013).

#### **3.7.1.10.3. Control de calidad**

De acuerdo con Valencia y Bravo (2013), el control de calidad es un conjunto de normas que deben cumplir los productores de malanga, que no tiene que ser muy costoso, este debe ser aplicado por todos los productores, sin importar el volumen de producción que estos mantengan, para así asegurar una calidad uniforme en el producto y reducir las pérdidas por devolución. El productor debe verificar todos los factores que intervienen en el proceso productivo, tales como la higiene de los trabajadores, la limpieza de la planta, los uniformes y los utensilios que estén de acuerdo a las normas sanitarias generales de los demandantes y de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

#### **3.7.1.10.4. Producción de malanga.**

La malanga en Ecuador tiene un rendimiento de 12 a 18 toneladas por hectárea sembrada, la cual se clasifica en tres categorías de calidad que son. Extra, primera, y segunda.

- **Extra.-** Esta no tiene desperfectos, excepto superficiales muy leves que no afectan su aspecto, calidad y estado de conservación para una buena presentación.
- **Primera.-** Esta clase tiene desperfectos leves como eclosión del 25% de la superficie, áreas raspadas del 20% de superficie, siempre y cuando no afecten su aspecto general, y estado de conservación.
- **Segunda.-** Se permite el producto en los siguientes casos: que no afecte el aspecto, calidad y estado de la malanga, la cicatrización que no supere el 25% de superficie, áreas raspadas de hasta el 30% de superficie.

Según el Presidente de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar, manifiesta que se establece un ciclo de producción de 12 meses, por lo cual cuenta con 36 hectáreas, las cuales producen 18 ton/ha, es decir al año se cultivaría 648 Tn.

Se debe tomar en cuenta que para planificación de la exportación mensualmente se encontrarán programadas 3 ha. Con una producción promedio de 18Tn/ha, para cubrir los compromisos de comercialización de manera oportuna.

**Tabla N° 12: Producción de malanga**

<b>Cultivo mensual</b>		
<b>Total Ha</b>	<b>Producción/ha (Tn)</b>	<b>Total Ton. cultivadas</b>
3	18	54
<b>Cultivo anual (Cíclico)</b>		
<b>Total Ha</b>	<b>Producción/ha (Tn)</b>	<b>Total ton. cultivadas</b>
36	18	648

**Fuente:** Asociación de Productores de Malanga el Limonal  
**Elaborado por:** Iván López

### 3.7.1.11. Clasificación de calidad de la malanga

### 3.7.1.12. Oferta exportable

Para la determinación de la oferta exportable se consideró la producción de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la misma que integra a 12 socios para lo cual se basó únicamente en el producto de extra calidad que es 30 Tn mensuales y 360 Tn anuales, la cual se distribuye para consumo nacional e internacional, considerando que la asociación manifiesta que cuenta con el 67% de la producción para comercializar a nivel internacional.

**Tabla Nº 13: Distribución comercial**

Distribución del producto	%	Ton. Mensual	Ton. anual
Local	33%	10	120
Internacional	67%	20	240
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>360</b>

**Fuente:** Asociación de Productores de Malanga el Limonar

**Elaborado por:** Iván López

Determinando así que la oferta exportable anual de malanga es de 240 toneladas, las cuales servirán para cubrir parte de la demanda insatisfecha en el país de destino y que representa el acuerdo comercial con la importadora IMPOCOMERPLAT SAS. Esto según datos obtenidos en la entrevista realizada al representante de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar.

## 3.7.2. ESTUDIO DE MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

### 3.7.2.1. Análisis situacional externo


#### 3.7.2.1.1. Entorno político

Según datos de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversión de New York (2014), manifiesta que Estados Unidos se caracteriza por una economía mixta capitalista, que es respaldada por cuantiosos recursos naturales, infraestructura desarrollada, y elevada productividad.

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversión de New York (2014), Estados Unidos es parte de la mayoría de las organizaciones internacionales de carácter multilateral, además es sede de un gran número de las mismas; entre las que cabe mencionar a: “las Naciones Unidas (ONU), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Organización de los Estados Americanos (OEA)”. (pág. 5)

### 3.7.2.1.2. Entorno socioeconómico

**Tabla N° 14: Indicadores básicos de Estados Unidos**

INDICADOR	ÍNDICE
	
CAPITAL	Washington
Principales ciudades	Nueva York, Los Ángeles,, Chicago, Houston.
Población (2014)	318,892,103
Tasa de Inflación (2014)	1,50%
Tasa de crecimiento poblacional (2014)	0,77%
Producto interno bruto (2014)	16,72 (billones de dólares)
Tasa de crecimiento del PIB (2014)	1,60%
PIB Per Cápita (2014)	\$ 52.800
Composición del PIB (2014)	agricultura: 1,1% industria: 19,50% servicios: 79.40%
Tasa de Desempleo (2014)	7,30%
Moneda	Dólar estadounidense.
Tipo de cambio (2014)	1dólar
Idioma	Inglés

**Fuente:** World Factbook (2015)

**Elaborado por:** Iván López

Analizando los datos encontrados en World Factbook, (2015), el PIB del país está alrededor de \$16,7 billones que constituye el 21% del Producto Mundial Bruto, siendo el más grande del mundo, este tiene una tasa de crecimiento del 1,60%, y un PIB per cápita de \$52.800, esto se debe a que Estados Unidos es el mayor importador de bienes y segundo mayor exportador representando saldos positivos en su economía.

En cuanto a la composición del PIB, esta se centra especialmente en el sector de servicios, con un 79,40% y solamente el 1,1% en agricultura, por lo cual dicho país importa gran cantidad de productos alimenticios. Además se debe mencionar que la tasa de inflación no varía en relación al año anterior.

### 3.7.2.2. Acuerdos comerciales de Estados Unidos

**Tabla Nº 15: Acuerdos comerciales de Estados Unidos**

<b>ACUERDO</b>	<b>COMENTARIO</b>	<b>INTEGRANTES</b>
Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica – Estados Unidos (CAFTA-DR)	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica	Costa Rica - El Salvador - Estados Unidos - Guatemala - Honduras - Nicaragua - República Dominicana
Estados Unidos – República de Corea	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica	República de Corea – Estados Unidos
Estados Unidos – Australia	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica	Australia – Estados Unidos
Estados Unidos – Bahrein	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica	Bahrein – Estados Unidos
Estados Unidos – Chile	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica	Chile – Estados Unidos
Estados Unidos – Colombia	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica	Colombia – Estados Unidos

**Fuente:** World Factbook (2015)

**Elaborado por:** Iván López

Según datos del World Factbook, (2015), detalla algunos de los acuerdo comerciales que tiene Estados Unidos, los cuales busca beneficiar a los países liberando o disminuyendo los impuestos arancelarios. De igual forma dicho país otorgan un régimen de franquicia arancelaria a determinados productos procedentes de países en desarrollo bajo el programa del SGP, pero se debe tener en cuenta que, “algunos productos no se benefician de dicho acuerdo tal es el caso de calzados, textiles y prendas de vestir, relojes, productos electrónicos, artículos de acero y productos de vidrio.” (pág.7). Los artículos sujetos a medidas de

salvaguardia o a determinadas disposiciones en materia de seguridad nacional pueden no tener derecho al régimen del SGP.

El programa actual SGP ofrece beneficio de liberación de aranceles para un aproximado de 4,800 productos de 129 países beneficiarios designados (designados Países en Desarrollo Beneficiarios BDC) entre los cuales se encuentra Ecuador. World Factbook, (2015).

### 3.7.2.3. Balanza Comercial de Estados Unidos

**Tabla N° 16: Balanza comercial Estados Unidos - Mundo  
(Miles de dólares)**

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	1,056,712,100	1,277,109,200	1,479,730,200	1,545,565,200	1,578,851,423
Importaciones	1,601,895,800	1,966,496,700	2,262,585,600	2,333,805,200	2,330,795,906
Balanza Comercial	(545,183,700)	(689,387,500)	(782,855,400)	(788,240,000)	(751,944,483)

**Fuente:** World Factbook (2015)

**Elaborado por:** Iván López

Analizando la balanza comercial de Estados Unidos se puede identificar que las exportaciones estadounidenses han presentado tendencia de crecimiento durante el periodo 2010 – 2014, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 3.18%; de igual forma las importaciones tuvieron el mismo desarrollo que las exportaciones representando una tasa de crecimiento similar del 3,13% que es 0,05% menor que las exportaciones, esto genero un saldo deficitario en el saldo comercial de la balanza.

### 3.7.2.4. Principales mercados de exportación (Países)

De acuerdo con el Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, (2015), los principales destinos de las exportaciones de Estados Unidos son Canadá y México, registrando una participación en el mercado de 19.43% y 12.78%, respectivamente, en cuanto a las exportaciones hacia China estas registran un mayor crecimiento es decir 13.39%. Como se muestra en la siguiente tabla:



**Tabla N° 17: Principales destinos para los productos Ecuatorianos**

<b>Importadores</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Mundo	376,806	296,697	351,558	254,339	309,228
Canadá	260,914	204,728	248,194	184,571	210,303
México	151,539	128,998	163,321	118,609	145,908
China	71,457	69,576	91,878	62,973	74,499
Japón	66,579	51,180	60,545	44,314	48,593
Reino Unido	53,775	45,714	48,497	36,202	41,995
Alemania	54,732	43,299	48,201	35,164	36,378
Corea	34,807	28,640	38,844	28,868	32,516
Brasil	32,910	26,175	35,357	26,099	32,036
Países Bajos	40,223	32,347	34,998	25,054	32,043
Singapur	28,810	22,279	29,150	21,738	23,594

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado por:** Iván López

### **3.7.2.5. Comercio bilateral (Estados Unidos – Ecuador)**

#### **3.7.2.5.1. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos**

Según datos del Banco Central, Ecuador posee un saldo comercial positivo con respecto a Estados Unidos en todos los años analizados; a pesar de que la balanza comercial ha sido muy fluctuante, esta se ha mantenido positiva, registrando un incremento en el último periodo.

**Tabla N° 18: Balanza comercial Ecuador - Estados Unidos**

**Miles USD FOB**

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Exportaciones</b>	4,600,915	6,046,031	9,742,367	10,586,303	11,094,820
<b>Importaciones</b>	3,650,252	5,384,471	5,779,769	6,499,021	7,526,602
<b>Balanza Comercial</b>	950,662	661,559	3,962,599	4,087,282	3,568,218

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2015)

**Elaborado por:** Iván López

#### **3.7.2.5.2. Principales Productos importados y Tendencia**

Los principales productos no petroleros importados por Estados Unidos son en su mayoría productos tecnológicos como vehículos, máquinas, celulares, unidades de memoria, así como también prendas de vestir que forman parte de los principales productos.

**Tabla Nº 19: Productos importados por Estados Unidos**  
**Miles USD FOB**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>1966496700</b>	<b>2262585600</b>	<b>2333805233</b>	<b>2328328633</b>	<b>2409790147</b>
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y prod. de su destilación	362726741	464313999	433361870	389285456	356333303
<b>84</b>	Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	255284603	293919350	314553543	311181420	330873143
<b>85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	262979583	283288017	296396935	303543837	319871958
<b>7</b>	Vehículos, automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres, sus part	186117555	205955066	244200232	253254440	265435770
<b>90</b>	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr.	59808389	67068792	69797763	72124059	76260692
<b>30</b>	Productos farmacéuticos	62074558	66026931	64390139	63406911	73155181
<b>99</b>	Materias no a otra parte especificadas	56013619	59900972	66376094	70494848	73027467
<b>71</b>	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	52297727	66143500	62920085	64482978	65734011
<b>94</b>	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	41279536	43042919	47854476	51393334	55789375
<b>29</b>	Productos químicos orgánicos	48903519	57006313	54595483	54737678	54814780

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado por:** Iván López

### 3.7.2.5.3. Productos ecuatorianos de la partida 07.14

Tabla N° 20: Ecuador exporta hacia Estados Unidos de América

Código del producto	Descripción del producto	2009	2010	2011	2012	2013
0714909000	Raíces de arrurruz y de salep, aguaturmas "patacas" y raíces y tubérculos simil. ricos en fécula o en inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incl. troceados o en "pellets", así como médula de sagú (exc. raíces de mandioca "yuca" y batatas "bo	10133	11634	10768	12392	8801
0714901000	Raíces de arrurruz y de salep, aguaturmas "patacas" y raíces y tubérculos simil. ricos en fécula o en inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incl. troceados o en "pellets", así como médula de sagú (exc. raíces de mandioca "yuca" y batatas "bo	315	169	56	20	383

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado:** Iván López

Analizando los datos encontrados en el Centro de Comercio Internacional TRADEMAP (2015), se puede identificar que existen datos estadísticos de la exportación de productos de la partida 07.14.90; que corresponden a la malanga, Ecuador exporta la mayoría de su producción hacia Estados Unidos, debido a que actualmente se registran datos estadísticos sobre este producto a dicho país.

Cabe mencionar que en algunos casos los montos no pueden coincidir debido a los diferentes productos que se clasifican en esta partida. La información del Banco Central del Ecuador es calificada como información oficial porque que contiene los datos que fueron declarados por los exportadores ante las autoridades competentes.

### 3.7.2.5.4. Requisitos arancelarios

Según los datos encontrados en el Servicio de Asesoría al Exportador (2014), detalla los requisitos necesarios exigidos por Estados Unidos para

el ingreso a su mercado de la malanga, por tal motivo se detallan a continuación.

### 3.7.2.5.5. Barreras arancelarias y acuerdos comerciales

El importador de Estados Unidos debe aplicar la siguiente tarifa arancelaria a las importaciones con subpartida 0714.90, procedentes del Ecuador, para que el producto se beneficie de este acuerdo debe presentar el certificado de origen, que verifique que el producto es ecuatoriano.

**Tabla N° 21: Barreras arancelarias y acuerdos comerciales**

Código de Producto	Descripción del Producto	Descripción del Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
07149010	Malanga, frescos o refrigerados, sea o no en rodajas (pellets)	Trato Arancelario preferencial para los países SPG	0.00%	0.00%
07149010	Malanga, frescos o refrigerados, sea o no en rodajas (pellets)	Acuerdo preferencial para los Países Andinos	0.00%	0.00%

**Fuente:** Market Access Map. (2014)

**Elaborado:** Iván López

### 3.7.2.5.6. Requisitos específicos para la partida 0714.90

#### 3.7.2.5.6.1. Licencias de Importación

Aunque no se necesita una licencia para importar, muchos de los artículos que se deseen importar seguramente requerirán de una licencia o permisos especiales de una o varias agencias gubernamentales estadounidenses.

### 3.7.2.5.7. Requisitos Para Arancelarios:

#### 3.7.2.5.7.1. Acceso para frutas y vegetales nuevos

En general, en Ecuador, el proceso necesario para permitir el ingreso de una nueva fruta o vegetal al mercado de Estados Unidos comienza cuando la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro AGROCALIDAD ([www.agrocalidad.gov.ec](http://www.agrocalidad.gov.ec)) presenta una solicitud al Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal o Animal and Plant

Health Inspection Service APHIS del Departamento de Agricultura de Estados Unidos o United States Department of Agriculture USDA.

A la finalización de la evaluación de riesgo de plagas, no garantiza que la fruta pueda ingresar y existe la posibilidad de que la fruta o vegetal siga siendo prohibida en Estados Unidos. No obstante, si se da el caso o posibilidad de mitigar el riesgo APHIS elabora un plan de gestión de riesgos.

El Servicio de Inspección de Salubridad de Plantas y Animales o Animal Plant and Health Inspection Service APHIS del Departamento de Agricultura de Estados Unidos ha establecido un vínculo denominado Requerimientos para la Importación de Frutas y Vegetales, en inglés Food and Vegetables Import Requirements FAVIR que permite acceder y verificar, en tiempo real, los requisitos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos para la importación de frutas y vegetales.

#### **3.7.2.5.8. Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios**

Las importaciones de animales y plantas se rigen por las regulaciones sanitarias y fitosanitarias del Animal and Plant Health Inspection Service APHIS, que es una entidad derivada del Departamento de Agricultura. Toda importación comercial de productos alimenticios y bebidas requiere de una notificación previa realizada a la FDA. En tal sentido, los fabricantes extranjeros y distribuidores deben registrarse con la debida anticipación en la FDA para que sus productos puedan ser ingresados y vendidos en el mercado estadounidense. A continuación se presenta la página web de APHIS, en la que se encuentran mayores informaciones sobre esta materia.

##### **3.7.2.5.8.1. Frutas y verduras**

Algunas frutas y verduras deben cumplir con requisitos especiales de grado, tamaño, calidad y madurez. Una vez que los productos son inspeccionados por el Servicio de Inocuidad e Inspección del USDA, esta

entidad emite un certificado de control para indicar que se ha cumplido con este requisito.

#### **3.7.2.5.9. Requisitos técnicos, de calidad y seguridad**

Estados Unidos tiene una gran cantidad de normativa relacionada con la higiene e inocuidad de los alimentos importados y aplica el sistema Hazard Analysis & Critical Control Points HACCP que es un sistema de administración a través del cual la seguridad de los alimentos es resguardada con análisis y control del proceso productivo. En el HACCP se realizan análisis biológicos, químicos y físicos en cada etapa del proceso de producción desde la etapa de suministro de insumos, la del manejo de materia prima, la fabricación, la distribución y finalmente la etapa de consumo del producto. La página del HACCP es la siguiente: [www.fda.gov/food/foodsafety/hazardanalysiscriticalcontrolpointshaccp/default.htm](http://www.fda.gov/food/foodsafety/hazardanalysiscriticalcontrolpointshaccp/default.htm).

En Estados Unidos, este sistema es obligatorio para cuartos fríos que exportan carnes rojas, productos de mar y jugos o sus derivados.

#### **3.7.2.5.10. Ley Contra el Bioterrorismo**

Como resultado de los incidentes terroristas del 11 de septiembre de 2001, Estados Unidos promulgó la Ley Contra el Bioterrorismo, que abarca una gran cantidad de disposiciones obligatorias a los exportadores extranjeros que desean importar a Estados Unidos.

En cumplimiento de la normativa establecida en la Ley de Respuesta para la Seguridad en Salud Pública y Preparación contra el Bioterrorismo de 2002 o Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 (Ley Bioterrorismo), la Administración de Alimentos y Drogas de Estados Unidos, en inglés Food and Drug Administration FDA, requiere de una notificación previa de alimentos importados para evitar ataques terroristas y emergencias relacionadas con el suministro de alimentos en Estados Unidos.

Para ello, la regulación requiere que las instalaciones que procesan alimentos sean registradas con la FDA y que la FDA sea notificada con anticipación sobre la importación de embarques de alimentos. La FDA debe ser notificada antes de que se dé la importación o que el producto sea ofrecido para su importación a Estados Unidos.

La información requerida por el FDA en esta notificación incluye:

1. Clase de importación:

- Consumo
- Express Courier
- Propósito comercial
- Informal
- Equipaje
- Almacenamiento
- Zona de Comercio Extranjero
- Transporte inmediato
- Importación temporal bajo bono
- Transportación y Exportación
- Transportación y Exportación (Express Courier)

2. Puerto de llegada;

3. Nombre y coordenadas de la persona que llena el formulario;

4. Nombre y coordenadas del importador;

5. País de donde proviene el producto;

6. Descripción del producto;

7. Otros datos de identificación del producto;

8. Información sobre cantidades y empaquetamiento;

9. Nombre y coordenadas del fabricante;

10. Nombre y coordenadas del transportista;

11. Nombre y coordenadas del dueño;

12. Nombre y coordenadas del consignatario final; y

13. Nombre de la bodega donde va a estar el producto,

Es sumamente importante que el exportador de alimentos notifique previamente el ingreso y el deseo de exportar a Estados Unidos para demoras innecesarias en la nacionalización del embarque, que incluyen hasta la devolución del embarque total a su puerto de origen.

Si se desea profundizar más sobre este tema se recomienda visitar la página oficial de la FDA.

#### 14. Marcado de Origen

El marcado de origen hace relación con el país de manufactura, producción o cultivo del bien y los productos que no tengan el marcado de origen no podrán ingresar a Estados Unidos. El marcado no debe ser engañoso y debe precisar claramente el país de origen de las mercancías.

Es por este motivo que antes de ingresar los productos es fundamental cerciorarse que los bienes hayan sido debidamente marcados antes de ser despachados a Estados Unidos, pues de otra manera, éstos serán detenidos por el USCBP.

El marcado es importante porque el objetivo es informar al consumidor final sobre la procedencia del producto vendido a fin de que pueda hacer una elección inteligente sobre qué producto desea adquirir. El marcado debe ser lo suficientemente indeleble de manera que no se borre o dañe hasta que el producto llegue al consumidor final.

Además, el marcado de origen es importante porque sirve para indicar el país correcto para determinar el arancel aplicable. El marcado de país debe ser permanente y legible, estar en inglés o con su traducción al inglés.

#### 15. Etiquetado

La agencia responsable de la seguridad de alimentos y etiquetas de Estados Unidos es la Food and Drug Administration FDA, que se rige por el Código de Regulaciones Federales o Code of Federal Regulations CFR,



Título 21, Capítulo 101; que se basa en la Ley Federal de alimentos, Drogas y Cosméticos FD & C Act; en la Ley de Empaque y Etiquetado Justo FPLA; y, en la Ley de Etiquetado y Educación sobre Nutrición NLEA.

**Tabla Nº 22: Perfil de oportunidades y amenazas de Estados Unidos**

ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO	OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Población	Alto	3		
Crecimiento poblacional	Baja	1		
PIB	Alta	3		
Tasa de Desempleo			Media	2
Tasa de inflación anual			Baja	1
	Suma:	7	Suma:	3
	Promedio	1,4	Promedio	0,6
<b>ENTORNO POLÍTICO</b>				
Acuerdos Comerciales Ecuador – Estados Unidos	Medio	2		
Exportaciones 2013	Baja	1		
Importaciones 2013			Baja	1
Balanza comercial 2013	Alta	3		
	Suma:	6	Suma:	1
	Promedio	1,5	Promedio	0,25
<b>ENTORNO LEGAL</b>				
Barreras Arancelarias	Medio	2		
Barreras No Arancelarias			Medio	2
Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado			Alto	3
	Suma:	2	Suma:	5
	Promedio	0,6	Promedio	1,6

**Elaborado por:** Iván López

RESUMEN		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO	1,4	0,6
ENTORNO POLÍTICO	1,5	0,25
ENTORNO LEGAL	0,6	1,6
<b>SUMA</b>	<b>3,5</b>	<b>2,45</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,17</b>	<b>0,82</b>

Oportunidades	Alta	
	Media	
	Baja	1.17

Amenazas	Alta	
	Media	
	Baja	0.82

### **3.7.3. ESTUDIO DE MERCADO DE CHINA**


#### **3.7.3.1. Análisis situacional externo**

##### **3.7.3.1.1. Entorno político**

Según la Oficina Comercial de Ecuador en Beijing, (2014), China es miembro de varios organismos internacionales como de la Organización de Naciones Unidas (ONU) y miembro permanente de su Consejo de Seguridad, además es miembro de la APEC, (Asociación para la Cooperación Económica en la región Asia-Pacífico), miembro del Fondo Monetario Internacional (FMI), la estrategia de asociación entre China con el Banco Mundial, se concentra en el medio ambiente, transporte, desarrollo urbano, desarrollo rural, energía, manejo de recursos hídricos, y desarrollo humano, así como también es parte de la OMC. Esto beneficia el comercio nacional e internacional del país, utilizándolos a su favor como potencia mundial.

### 3.7.3.1.2. Entorno socioeconómico

Tabla Nº 23: Indicadores básicos de China

INDICADOR	ÍNDICE
	
CAPITAL	Beijing
Principales ciudades	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen.
Población (2012)	1,343,239,923
Tasa de Inflación (2012)	3.1%
Tasa de crecimiento poblacional (2012)	0.48%
Producto interno bruto (2012)	8.25 (billones de dólares)
Tasa de crecimiento del PIB (2012)	7.8%
PIB Per Cápita (2012)	9,100
Composición del PIB (2012)	Agricultura 9.7% Industria 46.6% Servicios 43.7%
Tasa de Desempleo (2012)	6.4%
Moneda	Renminbi yuan (RMB)
Tipo de cambio (2012)	6,22
Idioma	Mandarín

**Fuente:** Banco Mundial (2015)

**Elaborado:** Iván López

### 3.7.3.2. Acuerdos comerciales de China

A continuación se muestra los acuerdos internacionales que mantiene la Republica China, este contiene el nombre del acuerdo, el tipo, la cobertura y los países integrantes, es decir los que se benefician con dichos acuerdos. Cada uno de estos le permite ser más competitivo y eficiente en el mercado nacional e internacional.

**Tabla N° 24: Acuerdos comerciales de China**

Acuerdo Comercial Regional ACR	Tipo de acuerdo	Cobertura	Países integrantes
Acuerdo comercial Asia-Pacífico (APTA)	Acuerdo de alcance parcial (plurilateral)	Mercancías	Bangladesh; China; Corea, República de; India; República Democrática Popular Lao; Sri Lanka
Acuerdo Comercial Asia-Pacífico (APTA) - Adhesión de China	Acuerdo de alcance parcial (plurilateral)	Mercancías	Bangladesh; China; Corea, República de; India; República Democrática Popular Lao; Sri Lanka
ASEAN – China	Acuerdo de alcance parcial y Acuerdo de integración económica (Bilateral; una de las Partes es un ACR )	Mercancías y servicios	Brunei Darussalam; Myanmar; Camboya; Indonesia; República Democrática Popular Lao; Malasia; Filipinas; Singapur; Viet Nam; Tailandia; China
Chile – China	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China – Chile
China - Costa Rica	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China - Costa Rica
China - Hong Kong, China	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China; Hong Kong, China
China - Macao, China	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China; Macao, China
China - Nueva Zelanda	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China; Nueva Zelanda
China – Singapur	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China; Singapur
Pakistán – China	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China; Pakistán
Perú – China	Acuerdo de libre comercio y acuerdo de integración económica (bilateral)	Mercancías y servicios	China; Perú

**Fuente:** Organización Mundial de Comercio, Ministerio de Comercio de China,

**Elaborado:** Iván López

### 3.7.3.3. Balanza Comercial de China

**Tabla N° 25: Balanza Comercial China - Mundo  
(Miles de dólares)**

	2008	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	1,430,693,066	1,201,646,758	1,577,763,751	1,898,388,435	2,050,052,889
Importaciones	1,132,562,161	1,005,555,225	1,396,001,565	1,743,394,866	1,817,648,763
Balanza Comercial	298,130,905	196,091,533	181,762,186	154,993,569	232,404,126

**Fuente:** The World Fact Book (2014)

**Elaborado:** Iván López

Como se puede evidenciar, en los registros de The World Fact Book (2014), no existen datos estadísticos actualizados acerca de los indicadores socioeconómicos y comerciales de China, por tal motivo se analiza la balanza comercial en los periodos 2008 – 2012. Según los datos encontrados se evidencia que la balanza comercial tiene saldos positivos, lo cual representa a las exportaciones que son mayores que las importaciones, estas se han mantenido en un crecimiento constante año tras año.

### 3.7.3.4. Principales mercados de exportación (China)

Según datos de The World Factbook, (2014), se pudo identificar que los principales mercados de destino de los productos originarios de China son Hong Kong, Estados Unidos, Corea y Alemania, que representan el 18%, 17%, 4% y 3% respectivamente, los cuales constituyen el destino de su oferta exportable. Cabe mencionar que este país tuvo 217 mercados de exportación en el 2013.

### 3.7.3.5. Comercio bilateral (China – Ecuador)

#### 3.7.3.5.1. Balanza Comercial Ecuador – China

**Tabla Nº 26: Balanza Comercial Ecuador - China**  
Miles USD FOB

	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Exportaciones</b>	387,466	124,208	328,738	192,322	391,583
<b>Importaciones</b>	1,464,192	1,016,627	1,438,442	2,129,776	2,609,201
<b>Balanza Comercial</b>	(1,076,726)	(892,420)	(1,109,704)	(1,937,454)	(2,217,618)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

Elaborado: Iván López

Como se puede evidenciar la balanza comercial entre Ecuador y China es negativo, debido a que este último es uno de los principales exportadores y/o proveedores del mundo, además de que es un país muy competitivo a nivel de mercado nacional e internacional.

#### 3.7.3.5.2. Productos importados y Tendencia China

A continuación se presenta una tabla con los principales productos exportados por China durante el año 2013, los cuales tuvieron un valor

FOB de USD 2.210.522.658. De los productos exportados tienen mayor representatividad las máquinas automáticas, teléfonos, circuitos integrados, entre otros.

**Tabla Nº 27: Principales Productos importados y Tendencia China**

Subpartida	Producto	FOB 2013
'847130	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos digital	110,792,725
'851712	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas;	95,642,031
'851770	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas;	47,130,173
'854231	Circuitos integrados : Circuitos electrónicos integrados : Procesadores y controladores	37,474,635
'901380	Los demás dispositivos, aparatos e instrumentos de óptica	36,038,983
'847330	Partes y accesorios de máquinas de la partida 8471	28,608,503
'711319	Joyería de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de m	28,035,406
'851762	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas;	26,886,610
'271019	Otros aceites de petróleo y preparaciones	19,493,746
'890190	Los demás barcos para el transporte de mercancías y los demás barcos p	18,149,019
	Demás productos	1,762,270,827
	<b>TOTAL</b>	<b>2,210,522,658</b>

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado:** Iván López

### 3.7.3.5.3. Exportaciones de la partida 07.14 a China.

**Tabla Nº 28: Ecuador exporta hacia China**

Código del producto	Descripción del producto	2009	2010	2011	2012	2013
0714901000	Raíces de arrurruz y de salep, aguaturmas "patacas" y raíces y tubérculos simil. ricos en fécula o en inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incl. troceados o en "pellets", así como médula de sagú (exc. raíces de mandioca "yuca" y batatas "bo	0	0	0	0	0

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado por:** Iván López

Según datos del Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, (2015), no se registran datos estadísticos de exportaciones de productos de la partida 07.14.90; debido a que China es un gran productor de alimentos agrícolas, por tal motivo no se consideraría a este país como mercado objetivo para la exportación de malanga.

#### **3.7.3.5.4. Requisitos arancelarios**

La Ley de Aduanas y sus reglamentos conexos son el marco jurídico básico del arancel de China. Las listas arancelarias forman parte del Reglamento de la República Popular China sobre aranceles de importación y exportación (promulgado mediante Decreto N° 392 del Consejo de Estado el 23 de noviembre de 2003, en vigor desde el 1° de enero de 2004). El arancel lo fija la Comisión Arancelaria, órgano interministerial dependiente del Consejo de Estado, con base en el Ministerio de Hacienda. Entre sus funciones figuran: introducir ajustes en el arancel (incluidos los aranceles provisionales), las partidas arancelarias y los tipos de derechos de importación y exportación; determinar los productos que están sujetos a derechos provisionales y sus tipos; determinar los tipos de los contingentes arancelarios; y determinar la aplicación de derechos antidumping, compensatorios y de salvaguardia, los derechos de retorsión y otras medidas arancelarias

##### **3.7.3.5.4.1. Políticas arancelarias**

Las tasas arancelarias en bienes importados están compuestas de tasas de Naciones Más Favorecidas (MFN), tasas convencionales, tasas generales y tasas de cuota de tarifa, etc. Tasas temporales se aplican a la importación de bienes dentro de un límite de tiempo específico. La tasa MFN se aplica a:

- Importación de bienes de origen de los miembros de WTO que están sujetos a aplicación común de las cláusulas MFN,
- Importación de bienes de origen de países o regiones con los que la República Popular de China haya concluido un acuerdo de comercio bilateral de manera recíproca de tratamiento MFN, e
- Importación de bienes de origen del territorio de Aduanas de la República Popular de China.
- Las tasas convencionales son aplicables para la importación de bienes originarios de países o regiones con lo que la República

Popular de China haya concluido un acuerdo de comercios regional que incluya cláusulas de obligación preferencial. Hasta el año 2010, estos países/regiones eran miembros ASEAN, los que emiten el FTA Asia- Pacífico, Chile, Pakistán, Singapur, Nueva Zelandia, Hong Kong y Macao.

- Las tasas preferenciales especiales son aplicables para la importación de bienes originarios de países o regiones con los que la República Popular de China haya concluido un acuerdo de comercio regional que incluya cláusulas de preferencia especial. Hasta el año 2010, esos países/regiones eran Bangladesh, Laos, Myanmar, Cambodia, 31 países africanos y 5 otros países.
- Las tasas generales son aplicables a la importación de bienes de origen de países o regiones otros que los especificados anteriormente o a la importación de bienes cuyo origen es indeterminado.

#### **3.7.3.5.4.2. Licencias de Importación**

De conformidad con las Normativas sobre Licencias de Importación, publicado mediante Orden N°27 (2004), del Ministerio de Comercio de la República Popular China, el Ministerio de Comercio es responsable de la administración de las licencias de importación a nivel nacional. Las agencias autorizadas deben emitir las licencias de importación dentro del ámbito regulado en el Listado de Mercancías sujetas a Control de Permiso de Importación y el Listado de Emisión Diferenciada para las Mercancías sujetas a Control de Permiso de Importación.

Para postular a un permiso de importación, las empresas de comercio exterior deben llenar y timbrar un Formulario de Postulación para Permiso de Importación, presentar la Licencia Comercial para Corporaciones, que ha pasado la revisión anual, y el Formulario de Registro de Empresas de Comercio Exterior, que va timbrado con el timbre específico para que la



empresa se registre, o el Certificado de Calificación de Empresas de Importación.

Las empresas de comercio exterior deben postular a las agencias autorizadas para la emisión de permisos de importación con antelación a la operación de importación. La Aduana revisará y desaduanará las mercancías sobre la base de las licencias válidamente emitidas. Con un período de validez de un año, un permiso de importación deberá ser utilizado únicamente dentro de un distrito aduanero, por lo general, como la única aprobación de la importación.

#### **3.7.3.5.4.3. Requisitos para arancelarios**

##### **3.7.3.5.4.3.1. Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios**

El servicio de información establecido por Hong Kong, China con arreglo al Acuerdo MSF (medidas sanitarias y fitosanitarias) es el Departamento de Comercio e Industria. Desde su último examen<sup>14</sup>, Hong Kong, China ha realizado 16 notificaciones MSF (hasta el 22 de abril de 2010), relacionadas sobre todo con reglamentos sobre inocuidad de los alimentos (cuadro III.5). Ningún miembro ha planteado preocupaciones comerciales específicas acerca de las MSF de Hong Kong, China.

Hong Kong, China participa en las reuniones de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y de la Comisión de Medidas Fitosanitarias de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), que se celebran bajo los auspicios de China. Participa también en las reuniones de la Comisión del Codex Alimentarius y sus comités formando parte de la delegación de China.

##### **3.7.3.5.4.3.2. Sistema de seguridad alimenticia**

De acuerdo a las leyes y regulaciones relevantes de China, actualmente hay cuatro cuerpos gubernamentales envueltos en cuarentena sanitaria de animales y plantas y control de seguridad alimenticia.

1. La Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular de China (AQSIQ): es un cuerpo ministerial directo bajo el Consejo de Estado, unión de la Antigua Administración Estatal para Calidad, Tecnología y Supervisión de la República Popular de China de la República Popular de China en Abril del 2001. AQSIQ es principalmente responsable de la supervisión de la calidad nacional, calibración de equipo, inspección de bienes de entrada y salida, cuarentena sanitaria de entrada-salida, cuarentena sanitaria de animales y plantas, certificación, acreditación, estandarización, etc.

2. Administración de Certificación y Crédito de la República Popular de (CNCA): fue establecida por el Consejo de Estado, y está autorizada por el Consejo de Estado para ejercitar responsabilidades administrativas mediante una administración unificada, supervisión y sobre todo coordinación de actividades de certificación y crédito alrededor del país.

3. Ministerio de Salud (MOH): bajo el cual hay centros de supervisión de salud, departamentos de administración de salud a nivel de país para arriba y China CSC, es responsable de la los centros de supervisión de Salud del Consejo de Estado que son cuerpos administrativos y ejecutivos, mientras China es responsable del Soporte técnico.

4. Administración de Estándares de la República Popular de China (SAC): fue establecido en Abril del 2001 y autorizado por el Consejo de Estado para ejercitar las responsabilidades administrativas por medio de una administración unificada, supervisión y sobre todo coordinación y trabajos estandarizados en China.

#### **3.7.3.5.4.3.3. Acceso a Mercado**

- Regulaciones en Inspección y Cuarentena en Entrada y Salida de Productos

Acuáticos:<http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/dwyxspjy/jblggjglbf/201206/P020120607635463395648.doc>

- Leyes de la República Popular de China en la Cuarentena de Entrada - Salida de Animales y Plantas: <http://jckspaaj.aqsiq.gov.cn/dwyxspjy/jblggjglbf/>
- Regulaciones para la Implementación de la República Popular de China en la Cuarentena Entrada-Salida de Animales y Plantas.
- Salud de Frontera y Ley de Cuarentena de la República Popular de China.
- Reglas Específicas para Forzar el Cumplimiento de las Leyes de Salud Fronteriza y Leyes de Cuarentena de la República Popular de China.

#### **3.7.3.5.4.3.4. Estándares de seguridad alimenticia**

- GB/T 19538-2004 Análisis de Riesgo y Punto de Control Crítico (HACCP) Sistema y Guía para sus aplicaciones (HACCP), sistemas elaborados de HACCP principios de sistemas y guía general para su aplicación, y aplicable a HACCP durante toda la cadena alimenticia desde la producción primaria hasta el consumo final.
- GB/T22000-2006 Sistema de Administración de Seguridad Alimenticia – Requerimientos para cualquier Organización en la Cadena Alimenticia, estipulando los requerimientos para el sistema de administración de seguridad alimenticia, aplicable para cualquier organización en la cadena de alimentos que intente proveer seguridad alimenticia estable mediante la implementación de sistemas de administración de seguridad alimenticia.
- GB/T19080-2003 Guía en la aplicación de GB/T19001-2000 para la Industria de Alimentos y Bebidas, brindando guía para cualquier organización en la industria de los alimentos o bebidas para construir e implementar la administración de un sistema administrativo de calidad de acuerdo a GB/T 19001-2000.

- GB2760-2011 - Norma Nacional de Higiene para el uso de aditivos en alimentos
- GB7718-2011 - Norma General de Etiquetado de Alimentos Preenvasados (vigente desde el 20 de abril de 2012)
- GB 2763-2012 Máximo Residuo de Pesticidas en Alimentos (vigente desde 1 de marzo de 2013)

Normativa general china para la importación y comercialización de animales, vegetales y sus productos (2007) - Para prevenir la introducción de organismos perjudiciales a China se ha elaborado un Catálogo de Organismos Perjudiciales de Carácter Cuarentenario Introducidos en las Importaciones de Vegetales de conformidad con la Ley de Cuarentena de Importaciones y Exportaciones de Animales y Vegetales de la República Popular de China.

- Anuncio 862 del Ministerio de Agricultura de China – Listado de Plagas

#### **3.7.3.5.4.3.5. Registro exportadores de alimentos a China**

Inscripción obligatoria de las empresas exportadoras o sus agentes extranjeros de alimentos que actualmente exportan o lo harán en un futuro cercano. El interesado deberá ingresar sus datos y mantenerlos actualizados. En caso de complicaciones, se sugiere solicitar la ayuda del importador o de un agente en China para completar este trámite.

- **Ámbito de aplicación:** se aplica a carnes, huevos y ovoproductos, productos acuáticos y productos acuáticos en conserva, materiales de medicina tradicional china, grasas y aceites vegetales, bebidas no alcohólicas y alcohólicas, azúcar, hortalizas y productos vegetales, ingredientes saborizantes de origen vegetal, frutas secas y nueces, otros alimentos de origen vegetal, alimentos enlatados, productos lácteos, productos apícolas, galletitas, frutas en conserva, cigarrillos, té, ingredientes saborizantes, otras frutas

procesadas, alimentos para dietas especiales, y “otros” (categoría abierta).

Por el momento, no debe registrarse los exportadores de aditivos alimentarios, frutas frescas, animales vivos para alimentos y granos (maíz, soja, cebada, etc.).

#### **3.7.3.5.5. Reglamentación zoonosanitaria y fitosanitaria**

Las importaciones de animales y plantas están sometidas a una inspección rigurosa en la frontera, para impedir la introducción y propagación de enfermedades animales y plagas vegetales. Las importaciones de animales se rigen por la Orden de salud pública (animales y aves) (capítulo 139), y la Orden sobre hidrofobia (capítulo 421). Actualmente están prohibidas temporalmente las importaciones de aves, aves de corral y avestruces procedentes de países/regiones afectados por la influenza aviar.

Las importaciones de plantas se rigen por la Orden sobre las plantas (importación y lucha contra las plagas) (capítulo 207), administrada por el Departamento de Agricultura, Pesca y Conservación. Sus principios y procedimientos se basan en el Acuerdo de protección fitosanitaria para la región de Asia y el Pacífico y en la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF). Para la importación de plantas suele exigirse una licencia de importación de plantas y un certificado fitosanitario.

Toda mercancía importada al territorio de China, durante el período desde la entrada al territorio nacional hasta el despacho de aduanas, estará sujeta al control de las Aduanas. El consignatario de mercancías importadas (Importador) debe hacer ante la Aduana una precisa declaración y acreditar la posesión de licencia de importación, así como otros documentos pertinentes para el examen (certificados fitosanitarios, etc., según sea el caso específico).

Toda mercancía de importación estará sujeta al examen de las Aduanas. Mientras se lleva a cabo el examen, el consignatario de mercancía importada debe estar presentes y responsabilizarse del traslado de las mercancías, la apertura y el almacenaje de los paquetes. Las Aduanas pueden examinar o reexaminar las mercancías o sacar muestras sin la presencia del consignatario o el consignador, siempre que lo consideren necesario.

#### **3.7.3.5.1. Inspección e inocuidad de los alimentos**

La Oficina de Alimentación y Salud y el Departamento de Higiene Ambiental y de los Alimentos (FEHD) (junto con su Centro de Inocuidad de los Alimentos) se ocupan de la inocuidad alimentaria, que está regulada por la Orden sobre salud pública y servicios municipales (capítulo 132) y su reglamentación subsidiaria. Las principales disposiciones de ese instrumento legislativo abarcan la protección general de los consumidores, las infracciones consistentes en la venta de alimentos no aptos para el consumo humano o adulterados, el contenido y etiquetado de los productos alimenticios, la higiene alimentaria, la incautación y destrucción de los alimentos no aptos para el consumo humano, y la competencia de las autoridades de prohibir la importación y distribución de alimentos y ordenar su retirada en determinadas condiciones. El Centro de Inocuidad de los Alimentos administra un programa de vigilancia de los alimentos, en cuyo marco toma muestras de legumbres y hortalizas y frutas durante su importación y venta al por mayor y al por menor, para someterlas a pruebas. El Centro ha celebrado una consulta pública sobre la propuesta de un marco normativo para los residuos de plaguicidas en los productos alimenticios, de conformidad con las recomendaciones del Codex Alimentarius, y ahora está retocando dicho marco.

Los controles sanitarios de los alimentos importados se imponen exclusivamente por motivos de salud pública y sobre la base de una evaluación del riesgo. Según las autoridades, la evaluación del riesgo se

lleva a cabo utilizando la mejor información científica disponible y su objeto es aportar información al proceso de adopción de decisiones sobre gestión del riesgo. Los importadores de productos alimenticios tienen la responsabilidad de velar por que dichos productos cumplan la legislación de la RAEHK. Se les exhorta a obtener certificados sanitarios oficiales expedidos por autoridades extranjeras competentes que acrediten que los productos alimenticios de que se trate son aptos para el consumo humano.

Actualmente, algunos productos alimenticios importados de alto riesgo o perecederos (como la leche, bebidas lácteas, artículos de confitería congelados, animales de caza, carne refrigerada, y aves de corral) se rigen por la legislación subsidiaria de la Orden sobre salud pública y servicios municipales, que entre otras prescripciones establece que las importaciones habrán de ir acompañadas por un certificado sanitario expedido por una autoridad competente del país de origen. Para importar estos productos alimenticios se requiere la aprobación previa del FEHD.

#### **3.7.3.5.6. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado**

Puntos claves a considerar:

- El Consignatario debe estar claramente especificado.
- Todo alimento debe contar con el Certificados fitosanitarios y Certificado de Origen.
- Todos los productos exportados a China deben tener etiquetado en Chino.
- Toda la información técnica debe ser profesionalmente traducida al chino, no es necesario hacerlo en cambio de aquellas que identifican marcas.
- Necesitamos informaciones detalladas de la lista de empaque, por ejemplo los paquetes internos por producto.
- No mezclar distintos productos en una caja al momento de embalaje.

- Hay que llenar formularios técnicos, toda la información en chino y concordar con el cliente los formularios técnicos que se deben llenar.

**Empaque:** Las cajas, pallets o empaques de exportación debe tener la siguiente información externa.

**Shipping Marks:** Debe colocar la marca en al menos dos lados del empaque externo en el formato siguiente: Marca, Peso bruto/Peso neto: xx kg, Tamaño: largo x ancho x altura en cm, País de Origen: Ecuador.

Los productos que no tienen identificación en chino, no pueden pasar la aduana, especiales solicitudes al costo del exportador se puede realizar el etiquetado en las bodegas de la aduana pero el procedimiento y el costo pueden ocasionar pérdidas y sobre todo pérdida de imagen al producto.



**Tabla Nº 29: Perfil de oportunidades y amenazas de China**

	OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
<b>ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO</b>				
Población	Alto	3		
Crecimiento poblacional			Baja	1
PIB	Alta	3		
Tasa de Desempleo			Media	2
Tasa de inflación anual			Baja	1
	Suma:	6	Suma:	4
	Promedio	1,2	Promedio	0,8
<b>ENTORNO POLÍTICO</b>				
Acuerdos Comerciales Ecuador – Estados Unidos	Bajo	1		
Exportaciones 2013	Medio	2		
Importaciones 2013			Altas	3
Balanza comercial 2013			Alta	3
	Suma:	3	Suma:	6
	Promedio	0,75	Promedio	1,5
<b>ENTORNO LEGAL</b>				
Barreras Arancelarias	Bajo	1		
Barreras No Arancelarias			Medio	2
Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado			Alto	3
	Suma:	1	Suma:	5
	Promedio	0,3	Promedio	1,6

**Elaborado por:** Iván López

RESUMEN		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO	1,2	0,8
ENTORNO POLÍTICO	0,75	1,5
ENTORNO LEGAL	0,3	1,6
<b>SUMA</b>	<b>2,5</b>	<b>3,9</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>0,75</b>	<b>1,3</b>

Oportunidades	Alta	
	Media	
	Baja	0.75
Amenazas	Alta	
	Media	
	Baja	1.3

### 3.7.4. ESTUDIO DE MERCADO DE COLOMBIA

#### 3.7.4.1. Análisis situacional externo


##### 3.7.4.1.1. Entorno político

Según la Guía Comercial de Colombia, (2014), la República de Colombia, es un país de América ubicado en la zona noroccidental de América del Sur, organizado constitucionalmente como una república unitaria descentralizada,

De acuerdo con la Guía Comercial de Colombia, (2014), Colombia está formada por tres poderes de gobierno: legislativo, ejecutivo y judicial. También crea órganos autónomos con funciones específicas para el desempeño de las obligaciones adicionales del Estado colombiano. El Poder Ejecutivo goza de facultades superiores en la estructura constitucional, la actual Constitución procura establecer una relación más equilibrada entre los poderes. A esos efectos confiere atribuciones más amplias al Poder Legislativo para ejercer control político sobre el Gobierno y vigoriza la independencia del Poder Judicial y la función de revisión judicial de los actos legislativos y administrativos. (pág. 3).

### 3.7.4.1.2. Entorno socioeconómico

**Tabla N° 30: Indicadores básicos de Colombia**

INDICADOR	ÍNDICE
	
CAPITAL	Bogotá
Principales ciudades	Medellín Cali, Antioquia, Valle del Cauca, Cundinamarca, Atlántico, Santander.
Población (2014)	47,661,787
Tasa de Inflación (2014)	2,32%
Tasa de crecimiento poblacional (2014)	1,13%
Producto interno bruto (2014)	378.392
Tasa de crecimiento del PIB (2014)	5,06%
PIB Per Cápita (2014)	8031 millones de dólares
Composición del PIB (2014)	Agricultura 6.80% Industria 38.10% Servicios 55.10%
Tasa de Desempleo (2014)	10,3%
Moneda	Peso colombiano
Tipo de cambio (2014)	2.371,31 pesos
Idioma	Castellano

**Fuente:** Banco Mundial y DANE (2015)

**Elaborado:** Iván López

El factor socioeconómico de Colombia, presenta cambios notables en comparación al año anterior, como es el caso de la inflación que presenta un incremento del 0,30%; en el 2013 la tasa de inflación fue de 2,02%, el incremento se debe al aumento del costo de los productos que forman parte de la canasta básica familiar. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2015).

De igual forma se puede manifestar que Colombia tiene una de las economías más sólidas de América Latina, El PIB de dicho país creció en comparación al anterior el cual refleja una tasa del 5,06%; reflejando una economía sostenida desde el año 2010. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2015).

En Base a la tasa de desempleo esta disminuyo en comparación con el año anterior, debido a que el gobierno ha buscado incrementar nuevas

plazas de trabajo, esto a través de la productividad de la mano de obra, intentando que la disminución para el próximo año sea más efectiva.

### 3.7.4.2. Acuerdos comerciales de Colombia

**Tabla N° 31: Acuerdos comerciales**

Acuerdo	Estado del tratado
CAN	Vigente
Colombia- Canadá	Vigente
Colombia- Estados Unidos	Vigente
Colombia- México	Vigente
Colombia- Triángulo del Norte	Vigente
Colombia-Países EFTA	Vigente
Colombia- MERCOSUR	Vigente
Colombia- Chile	Vigente
Colombia-Israel	Vigente
Colombia-Unión Europea	Vigente
Colombia-Alianza del Pacífico	Vigente
Colombia-Corea	En proceso
Colombia-Costa Rica	En proceso
Colombia-Panamá	En proceso
Colombia-Japón	En proyecto
Colombia-China	En proyecto
Colombia-Turquía	En proyecto
Colombia-Australia	En proyecto

**Fuente:** Cancillería de Colombia (2015)

**Elaborado:** Iván López

Según la Guía Comercial de Colombia (2014), establece que Colombia ha venido estructurando una política de integración económica abierta, en virtud de la cual ha logrado ir acercándose a un número cada vez mayor de mercados extranjeros. De manera particular para el ámbito latinoamericano, esta integración se ha dado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

### 3.7.4.3. Balanza Comercial de Colombia

**Tabla N° 32 Comercial Colombia – Mundo  
(Miles de dólares)**

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	1.372	1.311	1.620	1.669	1.510
Importaciones	46	0	0	10	0
<b>Saldo</b>	<b>1.326</b>	<b>1.311</b>	<b>1.620</b>	<b>1.659</b>	<b>1.510</b>

**Fuente:** TRADEMAP

**Elaborado:** Iván López

La balanza comercial colombiana frente al mundo es positiva aunque representa valores relativamente bajos, debido a que este producto aun no se ha potencializado en los mercados nacionales e internacionales dejando un amplio espectro comercial para quienes se encargan de la producción y comercialización de este tubérculo tanto en Colombia como en el resto de países del mundo.

#### 3.7.4.4. Principales mercados de exportación (Países)

**Tabla Nº 33: Principales mercados de exportación  
(Miles de dólares)**

Subpartidas	2009	2010	2011	2012	2013
Brasil	13,273,283	11,379,426	14,424,644	17,344,775	16,494,960
Chile	4,713,567	4,386,659	4,492,820	4,839,727	5,064,777
China	6,354,957	3,666,461	5,798,690	6,237,838	5,021,348
Estados Unidos de América	5,401,769	3,680,361	3,668,604	4,303,485	4,132,598
España	2,767,884	1,852,418	2,241,788	3,081,264	2,652,191
Países Bajos (Holanda)	2,961,680	2,392,143	2,369,585	2,655,425	2,235,774
Venezuela	1,419,684	1,042,566	1,425,273	1,869,791	2,225,392
Canadá	470,702	466,850	1,401,201	2,391,394	2,194,076

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado:** Iván López

#### 3.7.4.5. Comercio bilateral (Colombia – Ecuador)

##### 3.7.4.5.1. Balanza Comercial Ecuador – Colombia

**Tabla Nº 34: Balanza Comercial Ecuador - Colombia  
(Miles USD)**

	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	793,062	1,025,510	1,055,945	921,668	315,156
Importaciones	1,949,997	2,141,580	2,121,751	2,219,294	667,444
<b>Saldo</b>	<b>(1,156,935)</b>	<b>(1,116,070)</b>	<b>(1,065,806)</b>	<b>(1,297,626)</b>	<b>(352,288)</b>

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2015)

**Elaborado:** Iván López

Como se puede evidenciar en la tabla, la balanza comercial entre Ecuador y Colombia es negativa para Ecuador, debido a que las importaciones son mayores a las exportaciones que se realizan entre estos países, esto se debe a que Colombia es más industrializado y por ende tiene mayor cantidad y diversidad de productos que ofertan en mercados nacionales e internacionales.

### 3.7.4.5.2. Principales Productos exportados y Tendencia

**Tabla N° 35: Colombia exporta hacia Ecuador  
(En miles de dólares)**

Código del producto	Descripción del producto	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>1257334</b>	<b>1824535</b>	<b>1908592</b>	<b>1910498</b>	<b>1974770</b>
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus partes	135957	250997	253713	252347	205343
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	111718	129700	154883	175579	166282
27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod. de su destilación	81491	298954	166452	76017	144730
33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	71289	86420	100889	133046	141621
48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	101255	125260	144003	122472	125175
30	Productos farmacéuticos	98574	96208	119187	129370	114930
84	Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	55693	74452	79881	83133	93471
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabaci	56617	53258	63965	69641	88821
38	Miscellaneous chemical products.	40926	56645	62602	78130	80249
34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	35649	42679	51394	58765	60697

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado:** Iván López

Como se puede observar en la tabla 35 los productos exportados desde el país colombiano son los vehículos, manufacturas de plástico, papel, cartón, aparatos y materiales electrónicos, entre otros, esto se debe principalmente a que Ecuador no es país industrializado, es decir este comercializa materias primas y posteriormente importa productos terminados.

### 3.7.4.5.3. Productos exportados por Colombia al mundo

Tabla N° 36: Colombia exporta hacia el mundo  
(En miles de dólares)

Código del producto	Descripción del producto	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>32852986</b>	<b>39819529</b>	<b>56953516</b>	<b>60273618</b>	<b>58821870</b>
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. terrestres, sus partes	284119	347335	414045	578768	861683
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1099407	1256802	1510205	1541056	1601221
27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod. de su destilación	15780900	22564446	36489143	39617936	39278441
33	Aceites esenciales y resinoides; prep. de perfumería, de tocador	428790	399173	489615	527237	564876
48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	569584	524482	582299	418478	391826
30	Productos farmacéuticos	405145	358566	409144	461448	497261
84	Máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	559455	372859	412111	452033	477301
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabaci	516524	341830	395967	469048	482844
38	Miscellaneous chemical products.	304367	295359	318576	372902	535510
34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	120795	126357	144035	157137	187889

Fuente: (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

Elaborado: Iván López

Es importante identificar que los principales productos exportados por Colombia hacia el mundo son los mismos que exporta a Ecuador, esto se debe a la producción que mantiene el país colombiano, pero las cifras son diferentes considerando que se toma en cuenta las exportaciones totales

que realiza a todo el mundo, como se puede evidenciar estas han incrementado año tras año, siendo un indicador positivo para la balanza comercial del país.

#### 3.7.4.5.4. Productos ecuatorianos exportados a Colombia

Tabla N° 37: Ecuador exporta hacia Colombia

	Descripción del producto	2009	2010	2011	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>Todos los productos</b>	<b>678338</b>	<b>793062</b>	<b>1023209</b>	<b>1059110</b>	<b>921668</b>
16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos..	65088	65469	83484	85439	111583
15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	57493	52442	69064	112719	94737
87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehic. Terrestres ,sus part	168338	216461	249172	227994	90783
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	23750	31644	40289	50618	52096
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	18739	24134	30088	39205	41481
73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	22450	28100	33190	36485	34289
03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	13136	14685	14721	21218	34185
40	Caucho y manufacturas de caucho	12633	14716	21756	24306	29365
48	Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	11873	22652	27158	24836	28122
52	Algodón	4059	8410	9947	24199	26974

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado:** Iván López

Según los datos encontrados en el Centro de Comercio Internacional Trademap, (2015), Ecuador exporta varios productos hacia mercado colombiano, estos en su mayoría son materias primas, carnes de animales, productos alimenticios sin procesar, algodón entre otros. Estos productos al ingresar al país son liberados de impuestos, debido a que dichos países tienen firmados acuerdos comerciales y son miembros de bloques económicos.



### 3.7.4.5.5. Importaciones de la partida 07149010.00

Tabla N° 38: Ecuador exporta hacia Colombia

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Colombia					Ecuador exporta hacia el mundo				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
'0714901000	Raíces de arrurruz y de salep, aguaturmas "patacas" y raíces y tubérculos simil. ricos en fécula o en inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incl. troceados o en "pellets", así como médula de sagú (exc. raíces de mandioca "yuca" y batatas "bo	0	46	0	0	0	11.126	11.809	11.008	12.439	9.192

Fuente: (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

Elaborado: Iván López

Observando la tabla 37 se puede analizar que existen escasos datos estadísticos de exportaciones a Colombia (2010 con 46 miles de dólares) de productos bajo la partida 07.14.90; lo que presenta una oportunidad de comercialización para este tipo de productos, debido a que Ecuador si registra datos de exportaciones a diferentes partes del mundo, aunque la cantidad es mínima pero cuenta con registros de exportaciones según los datos encontrados en el Centro de Comercio Internacional 2015.

### 3.7.4.5.6. El Código Alimentario Colombia

#### 3.7.4.5.6.1. Requisitos productos ecuatorianos

Ecuador y Colombia son países miembros de la Comunidad Andina de Naciones, y en este marco, pertenecen a una zona de libre comercio. A nivel de la ALADI, su relación comercial se encuentra principalmente regida por la Preferencia Arancelaria Regional (AR.PAR N°4) y el Acuerdo de Apertura de Mercados a favor de Ecuador (AR.AM. N°2). Estas condiciones permiten que los productos ecuatorianos puedan ingresar al mercado colombiano en situación preferencial.

### **3.7.4.5.6.2. Requisitos para arancelarios**

#### **3.7.4.5.6.2.1. Requisitos Sanitarios / Fitosanitarios**

Las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) hacen referencia a mecanismos que garantizan que se suministren a los consumidores de un país alimentos inocuos, es decir con arreglo a los criterios que se consideran apropiados, y al mismo tiempo, garantizar que la aplicación de normas estrictas de salud y seguridad no sea una excusa para proteger a los productores nacionales. En Colombia el certificado fitosanitario es el documento que confirma la compatibilidad que deben cumplir las plantas, productos vegetales importados con las normas y estándares vigentes, emitido por el organismo autorizado de certificación, ICA Instituto Colombiano Agropecuario. De igual modo el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC también lo hace, además de autorizar a los países a establecer sus propias normas, dispone que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y que no discriminen de manera arbitraria o injustificable entre miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o similares.

#### **3.7.4.5.6.2.2. Empaque, Embalaje y Etiquetado**

Las regulaciones aduaneras colombianas establecen condiciones especiales de embalaje, empaque y rotulación para la importación de productos comestibles, farmacéuticos y materiales considerados peligrosos o tóxicos. En relación con los productos comestibles, se debe indicar claramente en el rótulo el nombre de los productos, ingredientes, peso, identificación de los fabricantes y número de licencia sanitaria oficial. En los productos farmacéuticos, se debe indicar claramente en el rótulo el nombre comercial del medicamento y la indicación de su utilización (médica, veterinaria y odontológica), indicar el peso y el volumen del producto y su composición, así como la fecha de validez del medicamento

y el número de licencia sanitaria oficial. En el caso de productos peligrosos o tóxicos, es necesario mencionar en el rótulo el grado de toxicidad del producto y cumplir con las disposiciones de la ONU respecto de embalajes y etiquetado.

Algunas normas en Colombia:

1. **Circular Externa DG-0100 -258 Invima:** Normas relacionadas con el empaque para alimentos y fármacos. Prohíben utilizar imágenes de frutas o alimentos comestibles en empaques y etiquetas de productos de aseo, higiene y limpieza.
2. **Resolución 05109 (2005/12/29) Ministerio de Protección Social:** Se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y las materias primas de alimentos para consumo humano.
3. **Normas NTC 512-1 y 512-2:** Recogen las disposiciones del Invima sobre etiquetado y rotulado de productos.
4. **Decreto 1609 de 2002 Ministerio de Transporte:** Regula el transporte, manipulación, embalaje y envase de mercancías peligrosas. Además prohíbe la tala de maderas específicas para fines industriales
5. **NORMA NIMF No. 15 Y RESOLUCION ICA 1079/04:** Describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias asociadas con el embalaje de madera, fabricado en madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

#### **3.7.4.5.7. Requisitos del comprador**

##### **3.7.4.5.7.1. Certificaciones**

Cuando el producto se encuentra sujeto a requisitos, permisos, certificaciones o autorizaciones previas que exigen las diferentes

entidades competentes y que se señalan en el artículo 2º del Decreto 3803 del 31 de octubre de 2006, debe cumplir con la presentación del registro de importación. El registro de importación es un procedimiento administrativo mediante el cual se otorga autorización, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos (permisos o vistos buenos) y a la importación de mercancías al territorio aduanero nacional. Este procedimiento se aplica para las mercancías y conceptos del régimen de libre importación. A su vez, la licencia de importación es un mecanismo mediante el cual se otorga autorización, de forma discrecional y con base en los criterios establecidos por el Gobierno Nacional, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos, a la importación de mercancías al territorio aduanero nacional, este mecanismo se refiere exclusivamente a las importaciones de bienes que corresponden al régimen de Previa. En ese orden las solicitudes de importación hacen referencia al registro de importación o licencia de importación que amparan la importación de una mercancía, bien se trate de importaciones que correspondan a los conceptos o mercancías definidas en el artículo 3º del Decreto 3803 del 31 de octubre de 2006 que requieren licencia de importación esto es: Licencia Previa o de las autorizaciones definidas en el artículo 2º del citado Decreto que determina las importaciones que estarán sujetas al trámite de registro de importación esto es: Libre Importación.

#### **3.7.4.5.7.2. Condiciones de compra**

Estos términos se emplean sobre la base de reglas mundialmente aceptadas por su exactitud, aceptación y empleo. Indican las obligaciones y derechos entre el vendedor o exportador, y el importador o comprador, tales como: punto de entrega, medio de transporte, inclusión o no de seguros, y responsabilidad de la documentación, entre otros puntos. Son las siglas en inglés de “International Commercial Terms” (Términos Internacionales de Comercio), emitidos por la Cámara de Comercio Internacional (ICC) con sede en París. En enero 2011 entró en vigencia la nueva versión aprobada por la Cámara de Comercio Internacional (CCI),

con varias diferencias respecto del 2000. Los Incoterms vienen a regular cuatro grandes problemas que pueden presentarse en una transacción de comercio internacional:

1. La entrega de la mercancía.
2. Transferencias de riesgos.
3. Distribución de gastos.
4. Trámites documentales.

### 3.7.4.5.7.3. Condiciones de pago

Las operaciones de comercio exterior son pagadas a través de los medios de pago internacional. Para seleccionar uno u otro depende del riesgo asumido por las partes o por los costos. Las opciones son:

- Carta de crédito: Orden que el importador da a su banco para que proceda al pago de la importación en el momento que el banco del exportador le presente la documentación que ampara la venta de las mercancías. Los documentos suelen ser: Factura comercial, Documento de transporte, Seguro de la mercancía, Lista de empaque, Certificado de origen, Certificados fito o zoosanitarios
- Transferencia bancaria o giro directo: El vendedor envía las mercancías y los originales de los documentos al importador para que este las nacionalice. El comprador paga las mercancías en la fecha convenida. El pago se puede dar mediante una orden de pago (transferencia bancaria) o con la emisión de un cheque girado a nombre del exportador.
- Cheque
- Cobranza documentaria
- Letra de cambio

**Tabla Nº 39: Perfil de oportunidades y amenazas de Colombia**

ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO	OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Población	Alto	3		
Crecimiento poblacional	Medio	2		
PIB	Alta	3		

Tasa de Desempleo			Alta	3
Tasa de inflación anual	Baja	1		
	Suma:	9	Suma:	3
	Promedio	1,8	Promedio	0,6
<b>ENTORNO POLÍTICO</b>				
Acuerdos Comerciales Ecuador – Estados Unidos	Alto	3		
Exportaciones 2013	Alto	3		
Importaciones 2013	Altas	3		
Balanza comercial 2013	Alta	3		
	Suma:	12	Suma:	0
	Promedio	3	Promedio	0
<b>ENTORNO LEGAL</b>				
Barreras Arancelarias	Alto	3		
Barreras No Arancelarias	Alto	3		
Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	Alto	3		
	Suma:	9	Suma:	0
	Promedio	3	Promedio	0

**Fuente:** Lerma & Enríquez, 2010

**Elaborado por:** Iván López

RESUMEN		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO	1,8	0,6
ENTORNO POLÍTICO	3	0
ENTORNO LEGAL	3	0
<b>SUMA</b>	<b>7,8</b>	<b>0,6</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>2,6</b>	<b>0,2</b>

<b>Oportunidades</b>	Alta	
	Media	2,6
	Baja	
<b>Amenazas</b>	Alta	
	Media	
	Baja	0,2

Se determina en los perfiles estudiados que los indicadores de población y PIB dentro del entorno socioeconómico son oportunidades potenciales que Colombia mantiene para consolidarse como un atractivo comercial ante ofertantes internacionales, además de consolidar relaciones internacionales solidas gracias a los acuerdos comerciales existentes

entre Ecuador y Colombia garantizados por un entorno legal que fortalece el sistema comercial internacional entre los países.

### 3.7.5. PERFIL Y OPORTUNIDADES

Tabla N° 40: Perfil de oportunidades y amenazas

	ESTADOS UNIDOS		CHINA		COLOMBIA	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	1,4	0,6	1,2	0,8	1,8	0,6
FACTORES POLÍTICOS	1,5	0,25	0,75	1,5	3	0
FACTORES LEGALES	0,6	1,6	0,3	1,6	3	0
<b>SUMA</b>	<b>3,5</b>	<b>2,45</b>	<b>2,25</b>	<b>3,9</b>	<b>7,8</b>	<b>0,6</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,17</b>	<b>0,82</b>	<b>0,75</b>	<b>1,30</b>	<b>2,60</b>	<b>0,20</b>

Elaborado por: Iván López



## **ANALISIS**

De la tabla 40 se puede deducir en función de sus promedios que Colombia garantiza las mejores oportunidades comerciales para la comercialización de malanga, seguida de Estados Unidos con 1,7 y china con 0,75, así mismo las amenazas comerciales que se identifican en los factores socioeconómicos, políticos y legales son relativamente bajos para Colombia, lo que permite determinar como la mejor oportunidad comercial a Colombia.

Interpretando los resultados obtenidos mediante las matrices POAM, se determinó el país más adecuado para realizar el estudio de mercado para la comercialización de malanga, obteniendo así, que el país más recomendable para la comercialización es Colombia, debido a que este presenta un nivel medio de oportunidad, a través de los factores políticos y legales que mantienen Ecuador y Colombia al formar parte de los mismos bloques económicos, beneficiándose mutuamente con la liberación de barreras arancelarias, y no arancelarias, por tal motivo se procede a desarrollar el perfil del consumidor para determinar la demanda existente en Colombia y por ende la oferta de Ecuador, con la cual se pretende cubrir parte de dicha demanda.

### **3.7.5.1. Perfil del consumidor**

De acuerdo con el Centro de Información e Inteligencia Comercial de ProEcuador en Colombia, (2013), establece que de manera general, se ha previsto un aumento en el consumo de malanga, principalmente por el uso alternativo que se puede hacer del producto, Según datos de la FAO, se puede utilizar el almidón del producto o también para la elaboración de snacks, esto beneficia a los productores de malanga para salir del mercado nacional e incursionarse en mercados internacionales, debido al crecimiento gradual del consumo del producto en el país colombiano.

El consumidor colombiano se caracteriza por tener un nivel de vida estable y está muy bien informado acerca del mercado y producto, de las opciones, beneficios, características y precios, según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, (2015),

la ciudad de Nariño tiene una población de 1498234 habitantes, a quienes se los ha considerado como consumidores potenciales del producto.

**Tabla N° 41: Perfil de consumidor Colombiano**

Rango edad	%	Nº habitantes
0 – 25	17	254700
26 – 50	38	569329
51 – 75	27	404523
76 – +	18	269682
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>1498234</b>

Fuente: DANE

Elaborado por: Iván López

De la población existente en Nariño, los rangos comprendidos entre 26 hasta los 75; son los mayores consumidores de malanga, con forme lo establece la información proporcionada DANE (2015).

**Tabla N° 42: Consumidores**

Posibles consumidores	% consumo	Potenciales Consumidores
973852	78%	759605

Fuente: DANE

Elaborado por: Iván López

Analizando esta situación se determinó que un total de 75.960,5 habitantes si consumirán el producto, por tal motivo se evidencia la necesidad de comercializar la malanga a mercados colombianos, considerando al 78% de la población como consumidores y compradores potenciales.

### **3.7.5.2. Tendencia de consumo**

Las tendencias de consumo en Colombia están cambiando fuertemente impulsados por las condiciones económicas, de igual forma los nuevos gustos y factores de decisión de compra de los colombianos se reflejan en nuevos canales y productos comerciales establecidos en el mercado. La frecuencia con la que compran la malanga los hogares es semanal y quincenal, principalmente. Pasto presenta algunas diferencias respecto al patrón de consumo de otras ciudades; por ejemplo, ciudades como Medellín y Bogotá realizan la compra con frecuencias de una vez al mes. (Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2013).

### **3.7.5.3. Gustos y preferencias de los consumidores**

De acuerdo al estudio realizado por ProEcuador, (2014), se pudo determinar que entre los colombianos tienen un importante consumo de tubérculos, los cuales comprenden a las yucas, papas, camote, malanga, etc., mismas que corresponden a una participación del 10% de participación en el mercado, el crecimiento de la demanda de estos productos se debe a la utilización que les dan en las preparaciones de diferentes platos así como también de snacks.

### **3.7.5.4. Frecuencia de consumo**

En cuanto a la frecuencia con la que compran la malanga y los tubérculos en general, la adquisición que se realiza por parte de los hogares colombianos es frecuente ya sea porque la efectúan de forma semanal, quincenal y mensual, debido a que este producto es uno de los principales productos que consta en la canasta básica, de igual forma esto se debe a que el producto se lo puede adquirir en cualquier temporada del año. (FAO, 2014).

### **3.7.5.5. Productos sustitutos**

Según datos de la ProEcuador, (2014), la malanga tiene una variedad específica de productos sustitutos, considerando que los tubérculos se sustituyen fácilmente unos a otros, tal es el caso de la papa, yuca, camote, entre otros, los cuales pueden sustituirse por la malanga, además que estos productos se los puede adquirir en cualquier temporada del año. (pág. 12)

### **3.7.5.6. Principales competidores de malanga**

Estadísticamente no se encuentra competidores externos de malanga en Colombia, ya que los datos existentes son insignificantes dentro del sistema comercial internacional. Considerando que China exporto 1 tonelada en 2013, mientras que Estados Unidos exporto a Colombia 3 toneladas en 2013

Colombia se ha caracterizado tradicionalmente por tener un comercio minorista altamente competitivo, resultado de aquello se debe en gran

parte a la segmentación geográfica que se presenta en el interior del país. Resaltando aun cuando el avance de los supermercados e hipermercados ha sido de vital importancia en los últimos años, el canal tradicional de distribución (tiendas de barrio) captura todavía el 50% del mercado, siendo así estos los principales competidores para la comercialización de este tipo de productos. (Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2013).

#### **3.7.5.7. Precio del producto en el país de destino**

Según datos obtenidos en el Centro de Información e Inteligencia Comercial (2013), se pudo determinar que el precio del producto en el país de destino es de 11,75 USD, considerando que se han incluido los costos de empaque, embalaje y transporte, el producto se comercializa en cajas de cartón corrugado de 40 libras.

#### **3.7.5.8. Medios de pago**

De acuerdo a los datos obtenidos en Centro de Información e Inteligencia Comercial (2013), establece que para el importador colombiano, el medio de pago más confiable y recomendable que generalmente utiliza en el pago de sus importaciones es la carta de crédito, debido a que esta asegura a que ambas partes cumplan con las condiciones establecidas en el contrato, este funciona como medio para asegurar el pago y la entrega de las mercancías.

Para el desarrollo de la investigación, es recomendable utilizar una carta de crédito irrevocable, con pago a plazo de 30 días, misma que transcurre desde la fecha del embarque de la mercancía hasta la presentación de los documentos al respectivo banco.

#### **3.7.6. Proyecciones del estudio**

El método que se utilizó para determinar las proyecciones a través de la regresión lineal, el cual facilitó el cálculo por mínimos cuadrados para obtener datos reales del estudio.

Tabla N° 43: Calculo de la demanda insatisfecha

Nro.	Exportación (kg)	Importación (Kg)	Producción nacional (Kg)	CNA (kg)	Población Colombia	Consumo Real (Kg)	Consumo Recomendado (Kg)	Déficit (Kg)	Población Nariño	Demanda Insatisfecha (Kg)	PROYECTO		
											(KG)	(TM)	De Cobertura
2012	2.150,84	-	5.000,00	2.849	46581372	5,00	10,00	5,00	742541	3.712.706	194.400	194,40	5,24%
2013	1.578,03	4,59	5.300,00	3.727	47120770	5,00	10,00	5,00	751021	3.755.103	216.000	216,00	5,75%
2014	1.653,57	-	5.600,00	3.946	47661787	5,00	10,00	5,00	759605	3.798.023	240.000	240,00	6,32%
2015	1.643,07	10,70	5.936,00	4.304	47923927	5,00	10,00	5,00	768188	3.840.940	264.000	264,00	6,87%
2016	1.567,54	15,28	6.292,16	4.740	48187508	5,00	10,00	5,00	776869	3.884.343	290.400	290,40	7,48%
2017	1.492,00	19,87	6.669,69	5.198	48452540	5,00	10,00	5,00	785647	3.928.236	319.440	319,44	8,13%
2018	1.416,47	24,45	7.069,87	5.678	48719029	5,00	10,00	5,00	794525	3.972.625	351.384	351,38	8,85%
2019	1.340,93	29,04	7.494,06	6.182	48986983	5,00	10,00	5,00	803503	4.017.516	386.522	386,52	9,62%
2020	1.265,39	33,62	7.943,71	6.712	49256412	5,00	10,00	5,00	812583	4.062.914	425.175	425,17	10,46%

Fuente: TRADEMAP, DIAN, DANE

Elaborado por: Iván López

Para realizar el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta varios datos como: la población del país y ciudad de destino, de igual forma se considera las importaciones, exportaciones, producción nacional y también la oferta que tiene la asociación.

Los indicadores mencionados sirvieron para identificar el consumo nacional aparente, lo cual facilitó el cálculo de la demanda insatisfecha real existente en Nariño – Colombia, y el porcentaje de cobertura del mercado, obteniendo así un 6,32% de demanda efectiva, la cual se pretende cubrir con la producción que mantiene la asociación.

### **3.7.2. Validación de la idea a defender**

Con los resultados obtenidos en las entrevistas e investigación bibliográfica realizadas se puede determinar que la producción de malanga en el Ecuador está destinada especialmente a la exportación, por la falta de consumo en el país, el principal destino de exportación se considera a Colombia debido a tres aspectos importantes que proporcionan beneficios para el Ecuador, como es el caso de la cercanía geográfica, que permite economizar tiempo y costos de transporte, los múltiples acuerdos firmados ante ambos países que proporcionan un intercambio comercial más equitativo y justo, y la existencia de oportunidades de mercado por la elevada demanda insatisfecha que se genera actualmente en el país.

Las oportunidades de mercado existentes en Colombia permiten que exista un incremento en las exportaciones de este producto debido a la poca oferta existente en este mercado, generando una demanda insatisfecha que se desea satisfacer, además de que en Colombia reconocen los beneficios que el producto ofrece y los niveles de calidad con los que cuenta.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

La idea a defender y el objetivo general que buscan “conocer cómo inciden las oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador” se cumple en el momento que se estudia el mercado colombiano y se determina que es factible la comercialización de malanga ecuatoriana a este país porque el entorno político, legal y socio-económico brindan mayores oportunidades y son muy bajas las amenazas existentes en este entorno.

El análisis de los factores políticos y legales de Ecuador y Colombia permiten determinar que es necesario la adaptación a las normativas, leyes y reglamentos para la aplicación legal de los procesos de comercialización de malanga desde la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador a la ciudad de Pasto -Colombia.

La producción de malanga de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es una de las más grandes del país (30 toneladas mensuales), debido a que en esta zona son muchos las personas dedicadas al cultivo y cosecha de este producto, además de que existe dentro de este sector la Asociación de Productores de Malanga el Limonar encaminada al mejoramiento y desarrollo progresivo del producto.

La cercanía geográfica entre Ecuador y Colombia al ser países que limitan entre sí, se convierte en una ventaja en el caso logístico, porque su proximidad permite ahorrar tiempo y dinero al hacer uso de un solo medio de transporte directo desde el país de origen al país de destino. Considerando las empresas que operan a nivel internacional gracias a los acuerdos firmados entre ambos países.

El consumo de malanga en Colombia es muy alto debido a los beneficios que este producto brinda, pero la producción de este bien en el país no permite satisfacer la demanda existente por lo que hay una demanda insatisfecha de 3.798.023 kg en 2014, lo que ocasiona que se importe gran

parte de este producto de países como Ecuador para cubrir las necesidades de los consumidores internos.

Los principales países comercializadores de malanga son Tailandia, VietNam, Costa Rica, seguido por Ecuador quien es el cuarto exportador de malanga a nivel mundial debido a altos niveles de calidad que posee el producto ya que cuenta con norma de calidad INEN y registros sanitarios que garantizan la inocuidad del producto, lo que contribuye a la seguridad alimentaria de las personas que lo consumen y a la confianza en el producto.

La comercialización de malanga en el Ecuador se realiza mediante el cumplimiento de los requisitos del mercado de destino en cuanto a su: empaque y embalaje que permite que la malanga se conserve en buen estado, al etiquetado que muestra las características del producto, valor nutricional, registros sanitarios y fechas de elaboración y vencimiento.



## **4.2. RECOMENDACIONES**

La comercialización de malanga entre Ecuador y Colombia se basa en normativas las cuales se recomienda conocer, estudiar y analizar para realizar estos procesos de forma legal y correcta considerando la normativa legal de Ecuador y Colombia.

El transporte internacional de mercancías por carretera se rige por la decisión 399 de la CAN, la misma que establece las condiciones para la aplicación de este servicio entre Ecuador y Colombia, por lo que es recomendable aplicarla mediante el uso de vehículos habilitados en este proceso, establecidos entre ambos países.

Es necesario que el Gobierno del Ecuador incentive la producción de malanga en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, mediante el apoyo económico y social a los productores de este bien para incrementar la oferta exportable del producto y llegar a los mercados internacionales donde existe demanda insatisfecha, a través del apoyo a los procesos productivos de malanga del Ecuador por parte de instituciones como el MAGAP y Pro Ecuador mediante la aplicación de convenios interinstitucionales que garanticen la protección de este sector y el desarrollo comercial.

Se debe efectuar alianzas estrategias entre los productores de malanga del país para mejorar la producción, calidad y cantidad de este bien de manera que se logre diversificar la producción para ofrecer al mercado internacional una mayor línea de productos.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1. TÍTULO**

“Estudio de factibilidad para la comercialización de malanga desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia el mercado Colombiano”.

#### **5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El Ecuador es considerado como uno de los principales productores de malanga a nivel mundial debido a factores climáticos que permiten la producción de este bien durante todo el año, en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se produce la mayor cantidad de malanga convirtiéndose en una de las provincias productoras de este bien más grandes del país, debido a que gran parte de los ciudadanos de esta zona se dedican al cultivo y cosecha de malanga por lo que se creó la Asociación de Productores de Malanga el Limonar encaminada a mejorar la producción de este bien.

El Ecuador ocupa el cuarto puesto a nivel mundial en exportaciones de malanga debido a su alta producción y al cumplimiento de normas sanitarias y de calidad que hacen que el producto sea uno de los más apetecidos a nivel internacional, por quienes ad tenido la oportunidad de conocerlo. Según información del Banco Central del Ecuador en 2014 se exportaron un total de 2.695,5 miles de dólares en malanga la misma que se destinó a mercados como Estados Unidos y Puerto Rico.

Se exporta malanga ecuatoriana al mercado Colombiano, debido a que el consumo de este producto es muy elevado gracias a los beneficios que brinda, además de la existencia de demanda insatisfecha que durante el año 2014 fue de 3.798.023 kg, lo que permite cubrir una parte de esta demanda.

Las exportaciones de malanga destinadas al mercado colombiano se desarrollan gracias a los acuerdos firmados por ambos países como el caso del Acuerdo a Favor del Ecuador, el cual permite que gran parte de productos de la agricultura y de otros sectores gocen de beneficios arancelarios, es decir del pago del 0% de ad-valorem y otros impuestos a la

importación. Además la cercanía geográfica entre ambos países permite el uso de un solo transporte terrestre, con la aplicación de la decisión 399, el cual especifica el uso de un vehículo internacional desde el país de destino al de origen, considerando la normativa a cumplir para el efecto.

Las buenas relaciones políticas y comerciales entre Ecuador y Colombia permiten el desarrollo del comercio internacional justo considerando la aplicación de normativa para llevar a cabo los procesos de comercio de forma legal, por lo que el Ecuador considera el cumplimiento de los requisitos comerciales en Colombia, destinando un producto en buenas condiciones, debidamente empacado y embalado para su conservación, etiquetado adecuado, donde se especifican características importantes que posee, y una presentación apropiada que atrae a los consumidores.

### **5.3. JUSTIFICACIÓN**

Para la comercialización de la malanga es relevante considerar las condiciones técnicas, logísticas y financieras que debe cumplir al momento de su cosecha, con el fin de obtener un producto de calidad que garantice la satisfacción de las necesidades de los consumidores, fundamentadas en el estudio de mercado: gustos y preferencias de los consumidores internacionales.

La exportación de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas hacia el mercado colombiano es posible debido a los múltiples acuerdos comerciales firmados por ambos países, además de que la producción de este bien en Colombia es muy escasa lo que genera un desabastecimiento para satisfacer la demanda nacional, por lo que se ven obligados a importar este producto. Esto genera la oportunidad de comercializar la malanga ecuatoriana para satisfacer la demanda de ese país.

La producción de malanga en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es considerada como una de las más grandes porque existe un gran número de personas dedicadas a la producción y cosecha de este bien (30 toneladas mensuales), por ello es importante considerar la forma más adecuada de comercializar el bien hacia Colombia, para que los productores

se beneficien directamente de este negocio, obteniendo un precio razonable por sus productos.

## **5.4. OBJETIVOS**

### **5.4.1. Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la comercialización de malanga desde la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas Ecuador para satisfacer la demanda del mercado colombiano.

### **5.4.2. Objetivos Específicos**

- Crear un estudio técnico de la infraestructura para el acopio y comercialización de la malanga.
- Calcular los costos logísticos para la comercialización de malanga desde Ecuador hacia Colombia.
- Determinar la inversión para la realización del proyecto.

## **5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA**

### **5.5.1. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **5.5.1.1. La organización**

Antes de encaminarse a la creación de una empresa es indispensable considerar las funciones que cumple, los propósitos que se desean lograr y las operaciones que se deben desarrollar para de esta forma distribuir de forma eficiente los recursos materiales, financieros y el talento humano a cada actividad que corresponda con la finalidad de que cumplan con sus objetivos y logren los mejores resultados.

Para la creación de un centro de acopio es necesario considerar los actores involucrados en este proceso, siendo el caso de los pequeños productores de malanga los mismos que puedan agruparse en un solo lugar para que puedan competir con una mayor producción y con una mejor calidad en el mercado nacional e internacional.

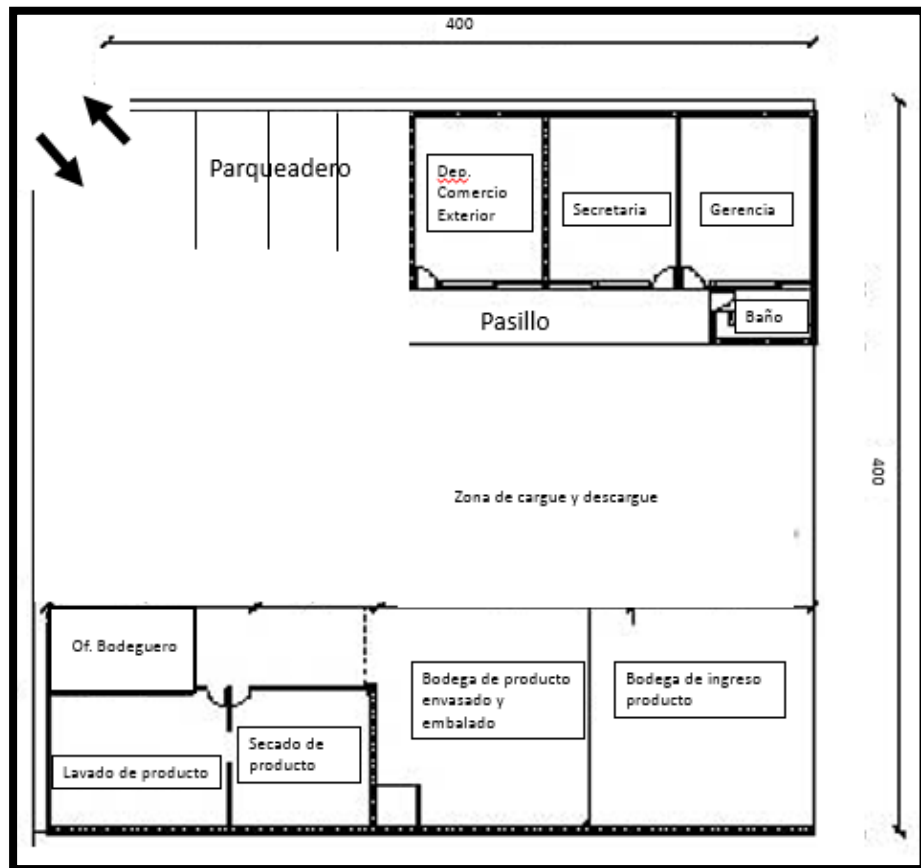
Según Espada Aída; Torrealba Juan; Torres Hugo (1980) “El centro de acopio se define como una infraestructura en el área rural, que permite reunir los productos de varios agricultores, para alcanzar un volumen comercial de operaciones, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles. La idea de este centro es el de mejorar el sistema de comercialización, estimulando el cambio hacia mejores niveles de productividad”. (pág. 13)

### 5.5.1.2. Localización del Proyecto

Para determinar el lugar más óptimo de ubicación del centro de acopio se consideran 5 puntos relevantes como: la infraestructura adecuada, que se encuentre lo más cerca posible de los proveedores, vías de acceso adecuadas, medios de transporte y la mano de obra calificada. De acuerdo a esto se ha determinado que la planta se ubicará en la Parroquia Luz de América, Recinto El Limonal, por ser el sitio poblado que dispone de servicios básicos y garantías de seguridad que a la redonda no se tiene debido a encontrarse en una zona netamente rural.

### 5.5.1.3. Determinación espacio físico

Gráfico No. 3 Espacio físico del centro de acopio



En el gráfico anterior se muestra el espacio físico requerido para el centro de acopio, para el cual se requiere la bodega de almacenamiento, bodega de etiquetado, la oficina para los trámites de cosecha y comercialización, recepción de mercancía y un baño.

#### 5.5.1.4. Misión

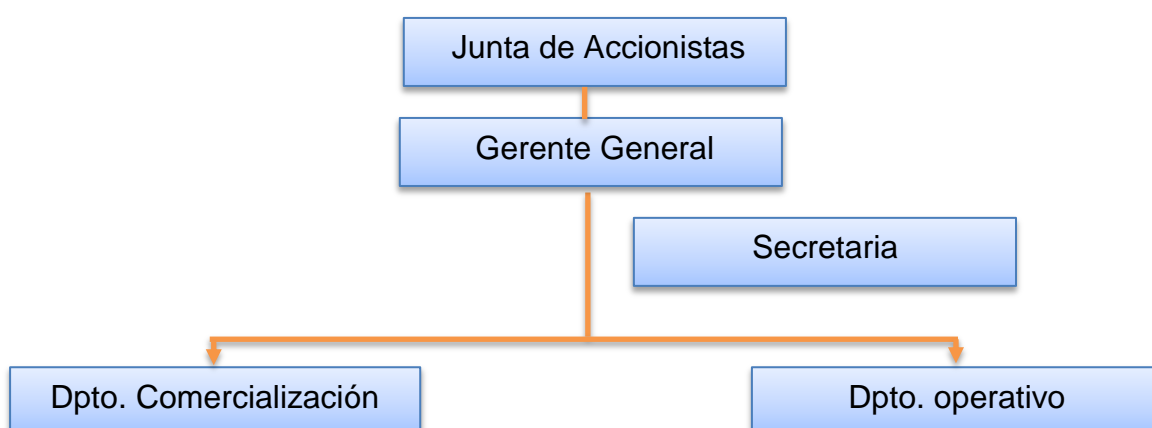
Somos una empresa dedicada a la producción de malanga ecuatoriana para su exportación hacia el mercado colombiano, brindando seguridad a nuestros clientes con productos de calidad.

#### 5.5.1.5. Visión

Ser para el 2020 la asociación productora y comercializadora de malanga de la más alta calidad para el mercado americano.

#### 5.5.1.6. Diseño Organizacional

Gráfico No. 4 Organigrama del centro de acopio



#### 5.5.1.7. Estudio Administrativo

Tabla N° 44: Matriz de Talento Humano

Nombre del Cargo	No. De trabajadores
Gerente	1
Secretaria	1
Asesor comercial	1
Operario	1
<b>Total</b>	<b>4</b>

Elaborado por: Iván López

El tipo de organización que está constituida es una compañía limitada con la actividad comercial en el campo de la importación y exportación de productos agrícolas registrada con el número de RUC 0791761913001.

Para dar inicio al funcionamiento del centro de acopio se requieren 4 personas previamente seleccionadas por sus conocimientos y capacidades para dirigir y cumplir con las obligaciones que requiere su cargo, las mismas que serán capacitadas para que se desempeñen de la mejor forma posible dentro de la institución y puedan así conseguir los objetivos de la empresa.

#### 5.5.1.8. Manual de Funciones

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente General
<b>Unidad</b>	Área administrativa
<b>A quien reporta</b>	Junta de Accionistas
<b>Supervisa</b>	A todo el personal de la institución
<b>Coordina</b>	Con todo el personal de la institución
<b>II. PROPÓSITO DEL PUESTO</b>	
Planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones del centro de acopio que se deben cumplir para alcanzar los objetivos y/o metas.	
<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar las actividades que se deben llevar a cabo en cada departamento</li> <li>✓ Velar por el cumplimiento de las actividades de la empresa</li> <li>✓ Cumplir y hacer cumplir las normas de la organización</li> <li>✓ Dirigir al personal para alcanzar los objetivos de la empresa</li> <li>✓ Velar por las buenas relaciones entre el personal</li> </ul>	
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTO MÍNIMO DEL PUESTO</b>	
<b>Educación formal:</b> Ingeniero en Administración de Empresas	
<b>Formación adicional:</b> Administración del Talento Humano	
<b>Experiencia:</b> 2 años	
<b>Elaborado por:</b> Iván López	

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Secretaria
<b>Unidad</b>	Área administrativa
<b>A quien reporta</b>	Gerente General
<b>Coordina</b>	Información interna y externa
<b>II. PROPÓSITO DEL PUESTO</b>	
Informar a cada departamento de las actividades que deben realizar para el cumplimiento de los objetivos y/o metas de la empresa.	
<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejar la agenda de actividades del Gerente General</li> <li>✓ Atender las visitas y las llamadas</li> <li>✓ Clasificar y archivar los documentos de la empresa</li> <li>✓ Actualizar archivos de Gerencia</li> <li>✓ Enviar a cada departamento archivos y documentos emitidos por el Gerente</li> <li>✓ Velar por el correcto funcionamiento de la actividad Gerencial</li> <li>✓ Llevar una buena relación con todos los miembros de la institución</li> </ul>	
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTO MÍNIMO DEL PUESTO</b>	
<b>Educación formal:</b> Secretaria ejecutiva <b>Formación adicional:</b> Bilingüe <b>Experiencia:</b> 6 meses	
<b>Elaborado por:</b> Iván López	

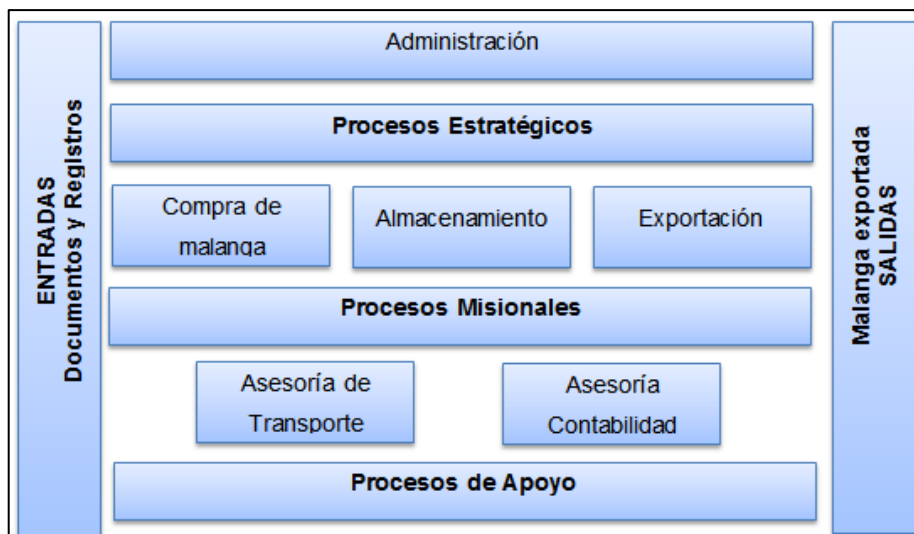


<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Asesor Comercial
<b>Unidad</b>	Departamento de comercialización
<b>A quien reporta</b>	Gerente General
<b>Supervisa</b>	Dpto. Comercial
<b>Coordina</b>	Gerente General
<b>II. PROPÓSITO DEL PUESTO</b>	
Coordinar y gestionar las actividades comerciales encaminadas a la compra y venta de productos y la comercialización internacional.	
<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contactar a los proveedores</li> <li>✓ Buscar a los clientes</li> <li>✓ Enviar la mercancía al cliente controlando que las actividades de comercialización se lleven a cabo correctamente para que el producto llegue en buenas condiciones</li> <li>✓ Controlar que toda la documentación se encuentre en orden</li> <li>✓ Monitorear los procesos de comercialización</li> </ul>	
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTO MÍNIMO DEL PUESTO</b>	
<b>Educación formal:</b> Ingeniero en Comercio Exterior	
<b>Formación adicional:</b> Atención al Cliente	
<b>Experiencia:</b> 1 año	
<b>Elaborado por:</b> Iván López	

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Operario
<b>Unidad</b>	Almacenamiento
<b>A quien reporta</b>	Gerente General
<b>Supervisa</b>	Dpto. operativo
<b>Coordina</b>	Director comercial
<b>II. PROPÓSITO DEL PUESTO</b>	
Controlar y velar por el buen estado de los productos	
<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Verificación de que el producto se encuentre en buen estado</li> <li>✓ Controlar el buen almacenamiento de los productos</li> <li>✓ Verificar el buen etiquetado y empaque de los productos</li> </ul>	
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTO MÍNIMO DEL PUESTO</b>	
<b>Educación formal:</b> Bachiller	
<b>Experiencia:</b> 1 año	
<b>Elaborado por:</b> Iván López	

### 5.5.1.9. Mapa de procesos

Gráfico No. 5 Diagrama de procesos del centro de acopio



Elaborado por: Iván López

Para lograr un buen funcionamiento de las actividades del centro de acopio se han establecido tres procesos de apoyo de acuerdo a los objetivos que se desean cumplir, dentro de los cuales se consideran tres actores como proveedores, almacenamiento y clientes.

a) Dentro del área administrativa se contara con procesos estratégicos que permiten controlar, dirigir, planificar y organizar las actividades administrativas y operativas del centro de acopio.

b) Dentro de los procesos misionales, es decir el porqué de la creación de la empresa se llevan a cabo cada uno de las actividades que permiten que el producto llegue al cliente o consumidor final con el mayor grado de satisfacción.

1. Compra de malanga: contactar a los proveedores y realizar las negociaciones pertinentes para la adquisición de la malanga.

2. Almacenamiento: acopiar el producto en lugares adecuados para mantenerlo fresco y en buenas condiciones considerando una temperatura y humedad adecuada.

3. Exportar: considera todo el plan logístico y de negociación cumpliendo las normas nacionales e internacionales de intercambio comercial entre países.

a) Dentro de los procesos de apoyo se realizara una selección para contratar los servicios contables adecuados y de transportación de productos que permitan garantizar el proceso de exportación.

### 5.5.1.10. Fichas de Procesos

	<b>PROCESOS ADMINISTRATIVOS</b>		código PO-CP-001	
			Versión 001	
			Páginas 1-1	
<b>Responsable</b>	Gerente general			
<b>Objetivo</b>	Administrar los procesos para la realización de actividades de almacenamiento y exportación de malanga			
<b>Alcance</b>	Desde la compra de malanga en Ecuador, hasta la validación del cobro del producto exportado			
<b>DETALLE</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>		<b>Documento</b>	
Gerente general	1. Gestionar el registro para legalizar el centro de acopio 2. Tramitar el RUC 3. Conseguir el certificado digital para la firma electrónica o token 4. Registrarse en el ECUAPASS como exportador		Registro RUC Firma electrónica Registro	
<b>2. FLUJOGRAMA</b>				
<pre> graph LR     Inicio([Inicio]) --&gt; A[Gestionar el registro legal para legitimar las actividades del centro de acopio]     A --&gt; B[Tramitar RUC]     B --&gt; C[Conseguir el Certificado para la firma electrónica o token]     C --&gt; D[Registrarse en el ECUAPASS como exportador]     D --&gt; FIN([FIN])           </pre>				
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTÁNDAR META</b>	<b>PERIODICIDAD DE CÁLCULO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
	Tn compradas / Tn entregadas x 100	100%	Mensual	
Tiempo de entrega	Horas	8	Mensual	Gerente general
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>				
<b>RR.HH</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>		
Gerencia general	Ninguna	Ninguna		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Presidente		Presidente		

	<b>COMPRA AL PROVEEDOR</b>		código PO-CP-001	
			Versión 002	
			Páginas 1-1	
<b>Responsable</b>	Jefe Comercial			
<b>Objetivo</b>	Contactar a los proveedores de malanga en el centro de acopio			
<b>Alcance</b>	Desde el contacto con proveedores hasta que el almacenamiento del producto			
<b>DETALLE</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Jefe comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Examinar a varios proveedores</li> <li>2. Seleccionar a los proveedores</li> <li>3. Contactar a los proveedores</li> <li>4. Realizar la negociación para adquisición de materia prima</li> <li>5. Contrato de compra</li> </ol>	Medios de comunicación  Llamadas telefónicas  Contrato		
<b>2. FLUJOGRAMA</b>				
<pre> graph LR   Inicio([Inicio]) --&gt; Buscar[Buscar a varios proveedores]   Buscar --&gt; Seleccionar[Seleccionar y contactar proveedores]   Seleccionar --&gt; Realizacion[Realización de negociación]   Realizacion --&gt; Contrato[Contrato de compra]   Contrato --&gt; Fin([Fin])   Realizacion --&gt; Buscar </pre>				
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes	Valor mínimo aceptables		
Tiempo de entrega	Horas	8	Mensual	Jefe comercial
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>				
RR.HH	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Área comercialización	Ninguna	Ninguna		
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Presidente		Presidente		

	<b>ALMACENAJE</b>		código PO-CP-001	
			Versión 003	
			Páginas 1-1	
<b>Responsable</b>	OPERARIO			
<b>Objetivo</b>	Garantizar una buena manipulación de los productos para certificar el buen estado de los mismos			
<b>Alcance</b>	Desde la recepción hasta el almacenamiento			
<b>DETALLE</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Operario	1. Recepción de la malanga 2. Verificación de los niveles de calidad 3. Controlar el peso del producto 4. Empacado y etiquetado 5. Almacenamiento de la malanga 6. Verificar calidad de almacenamiento 7. Control de calidad de la malanga	Informe		
<b>2. FLUJOGRAMA</b>				
<pre> graph LR   Inicio([Inicio]) --&gt; A[Recepción de la malanga]   A --&gt; B[Verificación de los niveles de calidad]   B --&gt; C[Controlar el peso del producto]   C --&gt; D[Empaque y etiquetado del producto]   D --&gt; E[/Almacenamiento de la malanga/]   E --&gt; F[Verificar la calidad del almacenamiento]   F --&gt; G[Control de calidad de la malanga]   G --&gt; Fin([Fin])           </pre>				
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes	Valor mínimo aceptables		
Tiempo de entrega	Días	5 diarias	Semestral	Operario
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>				
RR.HH	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Logística	Bodega	Ninguna		
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Presidente		Presidente		

	<b>EXPORTACIÓN</b>		código PO-CP-001	
			Versión 004	
			Páginas 1-1	
<b>Responsable</b>	Jefe de comercio exterior			
<b>Objetivo</b>	Realizar los procesos para la exportación de la malanga			
<b>Alcance</b>	Desde el embarque del producto hasta la llegada de la mercancía a Colombia			
<b>DETALLE</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Jefe comercial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Embarque de la malanga al medio de transporte interno</li> <li>2. Traslado de la mercancía</li> <li>3. Tramite del proceso de Exportación</li> <li>4. Ingreso a zona primaria</li> <li>5. Canal de aforo</li> <li>6. Salida de la mercancía del depósito temporal</li> <li>7. Traslado de la mercancía en el transporte internacional</li> <li>8. Ingresos a zona primaria</li> <li>9. Tramite de importación</li> <li>10. Canal de selectividad</li> <li>11. Aforo físico o documental</li> <li>12. Pago de los impuestos</li> <li>13. Levante de la mercancía</li> </ol>	Factura  DAE, Póliza de seguro  Orden de compra  DTI, CPI.		
<b>2. FLUJOGRAMA</b>				
<pre> graph TD     Inicio((Inicio)) --&gt; E[Embarque de la malanga al transporte interno]     E --&gt; T1[Traslado de la mercancía]     T1 --&gt; T2[Tramite del proceso de exportación]     T2 --&gt; I1[Ingreso a zona primaria]     I1 --&gt; CA[Canal de Aforo]     I1 --&gt; TI[Tramite de importación]     CA --&gt; S[Salida de la mercancía del depósito temporal]     S --&gt; T3[Traslado mercancía en el transporte internacional]     T3 --&gt; I2[Ingreso a zona primaria]     TI --&gt; I2     I2 --&gt; CS[Canal de selectividad]     CS --&gt; AF[Aforo físico o documental]     AF --&gt; PI[Pago de impuestos]     PI --&gt; LM[Levante de la mercancía]     LM --&gt; FIN((FIN))         </pre>				
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
	Sumas, restas, multiplicaciones, divisiones, porcentajes	Valor mínimo aceptables		
Tiempo de entrega	Días	10 días	Semestral	Jefe comercial
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO</b>				
RR.HH	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Área comercialización	Ninguna	Ninguna		
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Presidente		Presidente		

### 5.5.1.11. Proceso de negociación

Para la negociación de compra y venta de la malanga entre las partes involucradas de Ecuador y Colombia se determinaron 4 etapas a llevarse a cabo las cuales permiten llegar a un mejor acuerdo, en la primera etapa se determinan las especificaciones que cada parte desea que se cumplan para realizar el contrato de compra y venta, la segunda etapa cada una de las partes exponen sus propuestas determinadas en precios y cantidades, la tercera etapa consiste en determinar los acuerdos a los que llegaran las partes constatando los puntos en los que ambas partes están de acuerdo, en la cuarta y última etapa se define la negociación firmando el contrato de compra y venta para el cierre de la negociación.

**Gráfico No. 6 Proceso de Negociación**



Elaborado por: Iván López

### 5.5.1.12. Presentación del Producto

El producto cuenta con el empaque, embalaje y etiquetado que exige el mercado colombiano para los productos de consumo como el caso de los registros sanitarios y las normas de calidad.



LOGOTÍPO	SLOGAN										
<p data-bbox="391 280 702 313"><b>MALANGA FRESCA</b></p>  <p data-bbox="375 510 718 571"><i>La buena salud es tu mejor presentación...consume solo lo mejor</i></p>	<p data-bbox="869 347 1412 436"><i>La buena salud es tu mejor presentación...consume solo lo mejor</i></p>										
INFORMACIÓN DE LA ETIQUETA	EMPAQUE										
<table border="1" data-bbox="359 784 758 974"> <tbody> <tr> <td>Nombre</td> <td>Malanga</td> </tr> <tr> <td>Proteína</td> <td>4,4 gr</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td>268 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina C</td> <td>142 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina A</td> <td>29,383 U.I</td> </tr> </tbody> </table>	Nombre	Malanga	Proteína	4,4 gr	Calcio	268 mg	Vitamina C	142 mg	Vitamina A	29,383 U.I	
Nombre	Malanga										
Proteína	4,4 gr										
Calcio	268 mg										
Vitamina C	142 mg										
Vitamina A	29,383 U.I										

### 5.5.2. PLAN LOGÍSTICO

Una de las ventajas de la logística es que permite determinar costos y tiempo en todo el proceso de trasladar el producto desde un punto de origen hasta un punto destino, en este caso se ha llegado a determinar los costos y tiempos que lleva trasladar la malanga producida en la provincia de Santo Domingo, hasta la ciudad de Ipiales Colombia. Y a todo este proceso se lo conoce como la Distribución física internacional.

**Tabla N° 45: Información básica del producto**

Nombre técnico o comercial del producto	Malanga Fresca
Posición arancelaria en el país exportador	7145000000
Posición arancelaria en el país importador	7149010000
Unidad comercial de venta	Caja de cartón corrugado
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial.	17,42
<b>INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE</b>	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Santo Domingo
País de destino	Colombia
Ciudad de punto de destino	Pasto
Nº de unidades comerciales por embarque	400
Valor inicial del embarque (EXW)	6962
tipo de embalaje	Caja de cartón corrugado
tipo de unidad de carga	GH 10 TN
Nº total de embalajes	666
Nº total de unidades de carga	2
<b>INFORMACIÓN ADICIONAL</b>	
Termino de negociación	DDP
Forma de pago	Carta de crédito
Plazo	30 días
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	5,48%
Tasa promedio de inflación anual	3,70%
Inflación anual país de destino Colombia	3,30%

Como parte inicial se da a conocer toda la información básica de la Malanga, donde se puede distinguir datos esenciales como es la partida del producto tanto en el país origen como en el destino, unidad física de negociación, del mismo modo se dan a conocer datos básicos del embarque.

### 5.5.2.1. Cubicaje

Tabla N° 46: Calculo de cubicaje

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE (cajas)	UNIDAD DE CARGA GH	Estimación del espacio	N° de vehículos a utilizar por embarque					
				2,00	2,20	2,42	2,662	2,928	3,221
N° de unidades	30	335	10,0						
Largo mts	0,6	7,50	12						
Alto mts	0,45	2,20	4						
Ancho mts	0,3	2,60	8						
volumen total del embarque m3	0,08	42,90	529,63						
Peso por unidad kg	30	10050	335						
Peso total del embarque ton	0,030	10,05	335						
<b>SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS</b>				<b>0,00</b>	<b>-2,00</b>	<b>-4,00</b>	<b>-6,00</b>	<b>-9,28</b>	<b>-2,00</b>

Para poder transportar la malanga dicho producto será trasladado en cajas, ha sido necesario realizar el cubicaje, esta táctica ha permitido acomodar la mercadería en un vehículo de transporte terrestre (GH), de modo que se optimice el espacio y por ende costos, acomodando de la mejor forma las cajas dentro del vehículo, esto se realiza con el objetivo de determinar el número de vehículos que se utilizaran para transportar la carga, en este caso para el primer embarque se utilizarían 2 GH para transportar 666 cajas, para ello se ha tomado en cuenta las medidas del embalaje y las medidas del GH con capacidad para 10 toneladas.

### 5.5.2.2. Estimación de ventas

La estimación de ventas permite determinar la cantidad de mercadería que se enviara en cada embarque.

Tabla N° 47: Estimación de ventas

DATOS	Años					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Oferta exportable tn	240	264	290,4	319,44	351,38	386,52
Demanda insatisfecha tn	3,798	3,841	3,884	3,928	3,973	4,018
% de cobertura de la demanda	6,32%	6,87%	7,48%	8,13%	8,85%	9,62%
Frecuencia de envío	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Numero de envíos al año	12	12	12	12	12	12
Tamaño del embarque	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
N° de empaques / embalajes	666,7	733,33	806,67	887,33	976,06	1073,67
N° vehículos GH cap. 10 tn	2	2	2	2	2	3
Estimación de ventas según embalajes por envío	666	733	806	887	976	1073
Estimación de ventas anuales según embalajes al año	7992,00	8796	9672	10644	11712	12876
Estimación de ventas anuales según unidad comercial	239760	263880	290160	319320	351360	386280

En este caso para estimar las ventas ha sido necesario tomar como base la oferta exportable y la demanda de malanga en Colombia, dicho envíos se realizan mensualmente, por lo cual la matriz está detallando el número de cajas que se enviarán cada mes en cada año, así como también muestra el número de vehículos a utilizar en cada embarque anualmente hasta 2019.

### 5.5.3. Resumen de la Distribución Física Internacional

#### 5.5.3.1. Costos en el país de exportación

La siguiente tabla permite visualizar los costos en los que se incurre desde que se inicia las operaciones en la planta de acopio hasta que llega a la ciudad de Pasto en el departamento de Nariño-Colombia, así como también se observa el tiempo requerido en cada operación.

**Tabla N° 48: Costos directos país de exportación**

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	634,0	0,1
Embalaje/Marcado	201,1	0,3
Manipuleo en el local del exportador	140,0	0,3
Documentación	965,9	0,0
Transporte interno	600,0	0,5
Manipuleo Embarque	66,7	0,0
Agentes	200,0	0,6
<b>COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN</b>		
<b>Bancarios</b>	142,0	0,3
<b>capital e inventario país de origen</b>	2,9	2,1
<b>TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>2952,4</b>	<b>2,1</b>
<b>VALOR Ex WORK</b>	6961,9	0,4
<b>VALOR FCA</b>	7101,9	1,0
<b>VALOR FOB</b>	9079,4	2,1

Los costos tanto directos e indirectos en Ecuador como país de exportación hasta termino FOB, ascienden a \$9079,4 USD y el tiempo en sus operaciones esta alrededor de 2 días.

### 5.5.3.2. Costos en el tránsito internacional

Tabla N° 49: Análisis de costos en el tránsito internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
<b>FLETE INTERNACIONAL</b>	100,0	0,3
<b>VALOR CFR</b>	9179,4	2,3
SEGURO INTERNACIONAL	183,6	0,3
<b>VALOR CIF</b>	9362,9	2,6
MANIPULEO DESEMBARQUE	41,7	0,3
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
<b>CAPITAL E INVENTARIO</b>	1,1	0,8
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	326,3	0,8
<b>VALOR DAT</b>	<b>9405,7</b>	<b>2,8</b>

En el tránsito internacional se observa el costo del flete internacional (\$100 USD), es decir desde que sale de la almacenera en Tulcán hasta que llega a una almacenera en Ipiales, adicionalmente se detalla el costo del seguro internacional pagado por la mercadería (\$183,60) por embarque, toda esta operación requiere de 2,8 horas.

### 5.5.3.3. Costos en el país de importación

Tabla n° 50: Análisis de costos en el país importador

COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	30,0	1,0
Manipuleo desembarque	41,7	0,3
Documentación	107,5	0,5
Agentes	72,5	0,4
Transporte interno	250,0	0,4
<b>VALOR DAP</b>	<b>9865,7</b>	<b>5,3</b>
Aduaneros	0,0	incluido en agentes
<b>COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION</b>		
CAPITAL E INVENTARIO	0,2	0,1
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	501,8	0,1
<b>VALOR DDP</b>	<b>9865,8</b>	<b>2,9</b>
Precio de cada caja en país de destino	24,7	
<b>MARGEN DE VENTAS</b>	<b>4,0</b>	
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>28,64</b>	

Una vez que la malanga se encuentra en la almacenera en la ciudad de Ipiales y se despacha para su distribución es necesario transportarla hasta la ciudad de pasto previo al cumplimiento de los requisitos legales, se ha determinado que los costes y gastos hasta DDP asciende a \$9865,8USD, es decir que un embarque equivalente a 666 cajas de malanga tiene este costo. Dicha mercancía llega a pasto al transcurrir alrededor de 3 días.

La misma tabla indica el precio de venta, pues hay que tomar en cuenta que los \$9865,8USD equivalen únicamente a los costos, es decir que una caja de malanga colocada en pasto tiene un costo de \$24,7; sin embargo es necesario determinar un margen de ventas, que por decisión de la planta es el 16% esto equivale a \$5 por cada caja que se pretende como utilidad, por lo tanto el precio de venta de cada caja es de \$28,64USD.

## 5.6. Estudio económico y evaluación financiera

Para el estudio económico se analizan los valores de los activos y gastos que permiten cumplir con la producción de la malanga, dados en el estudio técnico y logístico.

### 5.6.1. Inversión Inicial

**Tabla Nº 51: Activos Fijos - Inversión Fija**

Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			15.000
Edificios - Infraestructura	1	15.000,00	15.000
Maquinaria y Equipo			5.500
Selladora	1	500,00	500
Báscula	1	5.000,00	5.000
Muebles y Enseres			1.720
Escritorio	2	390,00	780
Sillón ejecutivo	1	120,00	120
Sillas	4	40,00	160
Mesas	4	80,00	320
Archivadores	1	200,00	200
Teléfono	1	120,00	120
Calculadoras	2	10,00	20
Equipo de Computo			1.650
Computadora de mesa	2	700,00	1.400
Impresora multifuncional	1	250,00	250
<b>Total Activos Fijos - Inversión Fija</b>			<b>23.870</b>

El cálculo de activos fijos se desarrolla en la tabla N° 51, los mismos que se consideran como los bienes necesarios para el inicio de las operaciones de la planta de almacenamiento de malanga en la provincia de Santo Domingo.

Para la creación de la planta de almacenamiento es necesario una infraestructura avaluada en \$15.000USD, maquinaria y equipo equivalente a \$5.500USD, muebles y enseres por un valor de \$1.720USD y equipo de cómputo de \$1.650, dichos activos fijos serán utilizados tanto por la parte operativa como por la parte administrativa como corresponda por lo tanto la totalidad de inversión fija requerida es de \$23.870USD.

### 5.6.2. Gastos de Constitución

**Tabla N° 52: Activos Diferidos - Gastos de Constitución**

Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014
Diseños de marcas	1	500,00	500
Permisos	1	250,00	250
Licencias exportación	1	100,00	100
Patentes	1	60,00	60
<b>Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución</b>			<b>910</b>

Como parte de los activos también están los gastos de constitución, en este caso es necesario el diseño de marca de la malanga, los permisos para funcionamiento de la planta de almacenamiento, la licencia de exportación y patentes, dicho valor por estos gastos constitutivos son de \$910USD.

### 5.6.3. Capital de Operaciones

Los costos de producción, los gastos de administración y los gastos de exportación, están considerados como el capital de operación, necesarios para el desarrollo de las actividades en la planta de almacenamiento.

**Tabla N° 53: Capital de Operación**

Concepto	Valor
<b>Costos de Producción</b>	100.170
<b>Gastos Administrativos</b>	39.068
<b>Gastos de Exportación</b>	39.165
Total Costo Anual	<b>178.403</b>
Total Costo Diario	<b>495,56</b>
<b>Ciclo de caja</b>	90
Capital de Operación	<b>44.601</b>

#### 5.6.4. Costos de Producción

Se calculan los costos de producción para determinar los gastos en los que se incurre para la producción de la malanga, considerando los costos de materia prima, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla Nº 54: Costos de Producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima			71.928	82.090	90.265	99.336	109.304	120.167
Cajas de Malanga	7.992	9,00	71.928	82090	90265	99336	109304	120167
Mano de Obra			17.232	24.955	27.271	29.802	32.569	35.591
Operarios	4	4.308	17.232	24.955	27.271	29.802	32.569	35.591
Costos Indirectos de Fabricación:			11.010	9.574	10.727	12.046	13.545	15.240
Envases	7.992	0,95	7.592	5215	5944	6782	7736	8818
Etiquetas	7.992	0,30	2.398	2.752	3.136	3.577	4.080	4.649
Agua	15	40,00	600	622	645	669	694	719
Energía	15	20,00	300	311	323	335	347	360
Fajas lumbares	5	15,00	75	78	81	84	87	90
Mascarilla	300	0,15	45	47	48	50	52	54
Depreciaciones				550	550	550	550	550
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>100.170</b>	<b>116.619</b>	<b>128.263</b>	<b>141.185</b>	<b>155.417</b>	<b>170.998</b>

La caja de malanga se la adquiere a \$9USD como materia prima, cabe resaltar que al referirse a costos de producción del planta se suma también la mano obra y los costos indirectos de fabricación como se detalla en la tabla, por los tanto en 2014 el costo de producción suma \$100.170USD por la adecuación de las 240 toneladas de malanga que se tiene como oferta exportable desde este año.

#### 5.6.5. Gastos Administrativos

Para su cálculo se consideran todos los gastos en los que se incurre en el área administrativa para realizar las distintas actividades de la planta de almacenamiento, los mismos que se indican en la siguiente tabla:



**Tabla N° 55: Gastos Administrativos**

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos	3	9.243	27.728	32.216	35.207	38.474	42.045	45.948
Servicios Básicos	12	10,00	120	124	129	134	139	144
Suministros de Oficina	12	20,00	240	249	258	268	277	288
Suministros de Limpieza	12	15,00	180	187	194	201	208	216
Arriendo Oficina	12	900,00	10.800	11199	11613	12042	12487	12949
Depreciaciones			0	722	722	722	172	172
Amortizaciones			0	182	182	182	182	182
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>39.068</b>	<b>44.880</b>	<b>48304</b>	<b>52023</b>	<b>55511</b>	<b>59898</b>

Estos gastos son estrictamente los de la parte administrativa de la planta, como se observa en el año uno son de \$39.068USD. los sueldos incluyen todos los beneficios de ley.

#### 5.6.6. Gastos de Exportación

En la siguiente tabla se calculan todos los gastos en los que se incurren para realizar el proceso de exportación de la malanga.

**Tabla N° 56: Gastos de Exportación (Ventas)**

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Can	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Manipuleo en el local de exportador	6	140,00	1.680	1.742	1.806	1.873	1.942	3.021
Documentación	12	965,86	11.590	12.019	12.923	14.410	16.661	19.976
Transporte interno	12	600,00	7.200	7.466	7.742	8.028	8.325	12.949
Manipuleo de embarque	12	66,66	800	829	860	892	925	1.439
Agentes	12	200,00	2.400	2.489	2.676	2.984	3.450	4.136
Costos bancarios	12	142,04	1.704	1.973	2.155	2.356	2.570	2.831
Capital e inventario - país de origen	12	2,89	35	39	43	47	51	58
Flete internacional	12	100,00	1.200	1.244	1.290	1.338	1.387	2.158
Seguro internacional	12	183,59	2.203	2.494	2.709	2.957	3.237	3.702
Capital e inventario - tránsito internacional	12	1,07	13	15	16	17	19	22
Almacenamiento	12	30,00	360	372	384	397	410	423
Manipuleo de desembarque	12	41,66	500	518	538	557	578	899
Documentación	12	107,50	1.290	1.333	1.377	1.422	1.469	1.517
Agentes	12	72,50	870	902	970	1.082	1.251	1.499
Transporte interno	12	250,00	3.000	3.111	3.226	3.345	3.469	5.395
Aduaneros	12	0,00	0	0	0	0	0	0
Capital e inventario en el país de destino	12	360,00	4.320	2	2	2	3	3
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>			<b>39.165</b>	<b>36.548</b>	<b>38.717</b>	<b>41.707</b>	<b>45.747</b>	<b>60.030</b>

Estos gastos son indispensables en el proceso de exportación, gastos comprendidos desde el local de exportador es decir de la planta de almacenamiento hasta que es colocada en la ciudad de pasto, con el

cumplimiento de las formalidades legales tanto en Ecuador como país origen como en Colombia como país destino.

### 5.6.7. Financiamiento

Para la puesta en marcha de la planta de almacenamiento de malanga, es necesario aclarar que la totalidad de inversión inicial no se alcanza a cubrir con el capital propio y que por lo tanto es necesario cubrirlo con capital financiado por una institución bancaria a través de un préstamo, por esta razón el financiamiento esta detallado de la siguiente forma.

### 5.6.8. Total Inversión Inicial

Tabla N° 57: Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	23.870
Capital de Operación	44.601
Gastos de Constitución	910
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>69.381</b>

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	40%	27.752
Capital Ajeno	60%	41.628
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>69.381</b>

El capital propio es de un 40% y el financiado es del 60%, es decir que \$41.628 serán adquiridos a una institución financiera por concepto de préstamo, a una tasa anual del 11,20% en un plazo de tres años. (Tabla de amortización de la deuda en anexo N°)

### 5.6.9. Estados Financieros

Se elaboran los estados financieros con el objetivo de conocer la situación económica y financiera de la planta de almacenamiento:

**Tabla Nº 58: Balance General - Con Financiamiento**

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	44.601	Deudas <1 Año	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>44.601</b>	<b>Total Pasivos Corto Plazo</b>	<b>0</b>
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	15.000	Préstamos Bancarios	41.628
Maquinaria y Equipo	5.500	<b>Total Pasivos Largo Plazo</b>	<b>41.628</b>
Muebles y Enseres	1.720		
Equipo de Computo	1.650	<b>Total Pasivos</b>	<b>41.628</b>
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>23.870</b>		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	910	Capital Social	27.752
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>910</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>27.752</b>
<b>Total Activos</b>	<b>69.381</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>69.381</b>

En el balance general permite visualizar los activos, pasivos y patrimonio de la planta de almacenamiento. Este balance general está elaborado en función del financiamiento.

#### 5.6.10. Estado de resultados

**Tabla Nº 59: Estado de Resultados - Con Financiamiento**

Detalle	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ventas	206.913	236.073	253.712	273.966	297.643	337.432
Cantidad	7.992	8.796	9.672	10.644	11.712	12.876
Precio	25,89	26,84	26,23	25,74	25,41	26,21
- Costo de Ventas	100.170	116.619	128.263	141.185	155.417	170.998
Utilidad Bruta en Ventas	106.743	119.455	125.449	132.782	142.225	166.435
- Gastos Operacionales	78.234	81.427	87.021	93.730	101.258	119.928
Gastos Administrativos	39.068	44.880	48.304	52.023	55.511	59.898
Gastos de Exportación	39.165	36.548	38.717	41.707	45.747	60.030
Utilidad Operacional	28.510	38.027	38.428	39.052	40.967	46.506
- Gastos Financieros	0	5.497	3.514	1.297	0	0
Interés Bancario	0	5.497	3.514	1.297		
U.A.T.I	28.510	32.531	34.914	37.755	40.967	46.506
- 15% Particip.	4.276	4.880	5.237	5.663	6.145	6.976
Trabajadores						
Utilidad Antes de Impuestos	24.233	27.651	29.677	32.092	34.822	39.530
- 23% Impuesto a la Renta	5.574	6.360	6.826	7.381	8.009	9.092
<b>Utilidad Neta</b>	<b>18.660</b>	<b>21.291</b>	<b>22.851</b>	<b>24.711</b>	<b>26.813</b>	<b>30.438</b>

Como su nombre lo indica en el estado de resultados se puede observar la utilidad neta del ejercicio después de haber descontados costos y gastos, dicha utilidad neta está determinada por la diferencia entre estos costos y gastos de la planta de almacenamiento.

## 5.7. Indicadores Financieros con Financiamiento

### 5.7.1. Flujos de Efectivo

En los flujos de efectivo se analiza el valor actual neto y la tasa interna de retorno del centro de acopio para la toma de decisiones que afectan directamente a las actividades de la planta.

**Tabla N° 60: Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento**

<b>Entradas de efectivo</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Utilidad Neta		21.139	22.754	24.675	26.813	30.438
+ Depreciaciones		1.272	1.272	1.272	722	722
+ Amortizaciones		182	182	182	182	182
Liquidación del Proyecto						14.860
Recuperación Capital de Operación						44.601
<b>Total Entradas</b>	<b>0</b>	<b>22.593</b>	<b>24.208</b>	<b>26.129</b>	<b>27.717</b>	<b>90.803</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Inversión Inicial	69.381					
Amortización de la Deuda		12.361	13.819	15.449		
Reposición de Activos				0		
<b>Total Salidas</b>	<b>69.381</b>	<b>12.361</b>	<b>13.819</b>	<b>15.449</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>= Flujo de efectivo Neto</b>	<b>-69.381</b>	<b>10.232</b>	<b>10.389</b>	<b>10.680</b>	<b>27.717</b>	<b>90.803</b>

### 5.7.2. TIR Y VAN

**Tabla N° 61: Cálculo del TIR y el VAN**

<b>Año</b>	<b>FE</b>	<b>Fat. Act</b>	<b>FE Descontado</b>
0	- 69.380,81		
1	10.231,82	0,8332	8.525,09
2	10.388,99	0,6942	7.212,17
3	10.680,15	0,5784	6.177,55
4	27.717,20	0,4819	13.357,80
5	90.803,28	0,4015	36.461,41
		<b>ΣFE</b>	<b>71.734,02</b>
		- I.I.	69.380,81
		<b>VAN</b>	<b>2.353,21</b>
		TIR	21,06%
		PR	4,11
		C/B	1,03

<b>CCP</b>	<b>20,02%</b>
<b>TIR</b>	<b>21,06%</b>
<b>VAN</b>	<b>2.353</b>

Como se muestra en los indicadores financieros se tiene un valor actual neto de \$2353,21US, esto indica que al ser mayor a cero se acepta el proyecto ya que además de que se recupera la inversión existe también una utilidad, del mismo modo la tasa de interna TIR, es del 21,06% lo que indica que dinero invertido en este proyecto se recupera en este porcentaje, considerando también que es más alto que las tasas pasivas y activas de las instituciones financieras, este dinero invertido se recuperara en un lapso de tiempo de 4 años, considerando un costo beneficio de 1,03.

### 5.7.3. Punto de Equilibrio

Tabla Nº 62: Punto de equilibrio - Con Financiamiento

Costo de Producción	Año 2014	
	Fijos	Variables
MPD		71.928
MOD		17.232
<b>Costos Indirectos Fabricación</b>		
Envases		7.592
Etiquetas		2.398
Mascarilla		45
Agua	600	
Energía	300	
Fajas lumbares	45	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>945</b>	<b>99.195</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>39.068</b>	<b>39.165</b>
Gastos Administrativos	39.068	
Gastos de Exportación		39.165
<b>Gastos Financieros</b>	<b>0</b>	
Interés Bancario		
<b>Costos y Gastos Totales</b>	<b>40.013</b>	<b>138.360</b>
Unidades		7.992
Costos y Gastos Unitarios	5,01	17,31
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>22,32</b>	
<b>% Utilidad</b>		<b>16%</b>
<b>Precio de venta Unitario</b>		<b>25,89</b>
<b>P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)</b>		<b>11.205</b>

Se calcula para determinar el número de cajas de malanga que se debe vender para no generar ganancias ni pérdidas en el negocio, para su calcula se utiliza la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Total Costos Fijos}}{(\text{Precios Fijos} - \text{Costos de Ventas})}$$

## **5.7. CONCLUSIONES**

La elaboración del presente estudio que permite determinar la factibilidad de comercializar la malanga desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador para cubrir la demanda insatisfecha del mercado colombiano, genera la implementación de conocimientos a los agricultores que se dedican a la producción de este bien para su comercialización nacional e internacional, considerando las disposiciones legales que se deben cumplir para exportar el producto.

La creación del centro de acopio beneficia principalmente a los productores de malanga de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas como de los sectores aledaños, permitiendo mejorar la producción de este bien, su calidad y cantidad para realizar operaciones de comercio internacional, las mismas que se llevan a cabo considerando los costos y gastos en los que se incurre para realizar el correcto proceso comercial.

El objetivo principal para la creación del centro de acopio es el de beneficiar directamente a los productores de malanga quienes realizaran directamente las negociaciones comerciales, lo que genera dejar atrás la intervención de intermediarios quienes eran los que más se beneficiaban de la venta de la malanga que los agricultores producían.

El estudio de factibilidad de comercializar la malanga desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador para cubrir la demanda insatisfecha del mercado colombiano se realizó con el fin de innovar y mejorar las condiciones comerciales y socioeconómicas de los agricultores que producen este viene, además del progreso de la región.

Con el cálculo de los indicadores financieros y al obtener un VAN positivo se puede determinar que es factible la creación del centro de acopio, ya que genera ganancias para las personas involucradas en estos procesos.

Con el desarrollo del plan logístico se puede determinar que el uso de transporte terrestre es viable para que el producto se traslade desde Ecuador a Colombia considerando la ubicación geográfica entre ambos países y su limitación, contribuyendo a optimizar costos y tiempo.

## **5.8. RECOMENDACIONES**

Es recomendable que los agricultores y todos los involucrados en los procesos de cultivo y cosecha de la malanga mantengan el esquema de producción del bien, ya que se considera que la producción de malanga de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es una de las más reconocidas en el Ecuador por sus altos niveles de calidad.

Se recomienda fomentar las exportaciones de malanga, dando a conocer los beneficios del producto y el potencial de la producción de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, mediante la utilización de promociones realizadas por instituciones del gobierno.

Se recomienda que los productores de malanga de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas implementen la propuesta establecida en este proyecto para que incrementen sus ventas y por ende su estabilidad económica.

Es necesario que los productores y comercializadores de malanga sean capacitados en procesos de comercialización para que logren organizarse e implementen un sistema de comercialización que les permita ser más competitivos en el mercado interno.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

Plan del Buen Vivir (2013-2017), objetivo 10: Transformación de la Matriz Productiva, obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

Constitución de la República del Ecuador, (2008), pág. 157, Art. 336, obtenido de [http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008constitucion.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf)

Constitución de la República del Ecuador, (2008), pág. 183, Art. 417 Los tratados Internacionales, obtenido de [http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008constitucion.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf)

COPCI, (2010), pág. 36, Art. 93: Fomento a las exportaciones, obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_a/normasderegulacion/codigo\\_organico\\_de\\_produccion\\_comercio\\_inversiones.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf)

COPCI, (2010), pág. 36, Art. 154: Exportación Definitiva, obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_a/normasderegulacion/codigo\\_organico\\_de\\_produccion\\_comercio\\_inversiones.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf)

CAN, Decisión 563: Acuerdo de Cartagena, obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Normativa.aspx?GruDoc=07>

CAN, Decisión 416: Normas Especiales para la Calificación y Certificación del Origen de las Mercancías, obtenido de <http://www.comunidadandina.org/Normativa.aspx?GruDoc=07>

Banco Mundial (2015), Indicadores Económicos, obtenido de <http://datos.bancomundial.org/>

Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, (2015), obtenido de, <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>

Instituto Nacional de Nutrición de Venezuela (2013), Composición química de la malanga, obtenido de <http://www.inn.gob.ve/innw/>



World Factbook (2015), Indicadores básicos de Estados Unidos, obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

World Factbook (2015), Acuerdos comerciales de Estados Unidos, obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, (2015), Países de destino para los productos Ecuatorianos, obtenido de <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, (2015), Importaciones y Exportaciones de malanga de Colombia hacia el Mundo, obtenido de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)

Banco Central del Ecuador, (2015), Exportaciones, Importaciones de malanga, obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/servicios-bancarios>

Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, (2015), Productos importados por Estados Unidos, obtenido de <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>

Market Access Map. (2014), Barreras arancelarias y acuerdos comerciales, obtenido de <http://www.macmap.org/>

Banco Mundial (2015), Indicadores básicos de china, obtenido de, <http://datos.bancomundial.org/>

Organización Mundial de Comercio, (2012), Acuerdos Comerciales de China, obtenido de <https://www.wto.org/indexsp.htm>

Ministerio de Comercio de China, (2012), Acuerdos Comerciales de China, obtenido de, <http://spanish.mofcom.gov.cn/>

DANE (2015), Indicadores Básicos de Colombia, obtenido de, <http://www.dane.gov.co/>

Cancillería de Colombia, (2015), Acuerdos Comerciales, obtenido de <http://www.cancilleria.gov.co/>

DIAN, (2014), Balanza Comercial de Colombia (2010-2014), obtenido de,  
<http://www.dian.gov.co/>

## VII. ANEXOS

### 6.1. Calculo amortizaciones

Amortización de la Deuda	
Monto	41.628
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	36
Cuota	1366,81

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				41.628
1	978,28	388,53	1366,81	40.650
2	987,41	379,40	1366,81	39.663
3	996,62	370,19	1366,81	38.666
4	1005,93	360,88	1366,81	37.660
5	1015,31	351,50	1366,81	36.645
6	1024,79	342,02	1366,81	35.620
7	1034,35	332,45	1366,81	34.586
8	1044,01	322,80	1366,81	33.542
9	1053,75	313,06	1366,81	32.488
10	1063,59	303,22	1366,81	31.424
11	1073,51	293,29	1366,81	30.351
12	1083,53	283,28	1366,81	29.267
13	1093,65	273,16	1366,81	28.174
14	1103,85	262,96	1366,81	27.070
15	1114,16	252,65	1366,81	25.956
16	1124,56	242,25	1366,81	24.831
17	1135,05	231,76	1366,81	23.696
18	1145,65	221,16	1366,81	22.550
19	1156,34	210,47	1366,81	21.394
20	1167,13	199,68	1366,81	20.227
21	1178,02	188,79	1366,81	19.049
22	1189,02	177,79	1366,81	17.860
23	1200,12	166,69	1366,81	16.660
24	1211,32	155,49	1366,81	15.449
25	1222,62	144,19	1366,81	14.226
26	1234,03	132,78	1366,81	12.992
27	1245,55	121,26	1366,81	11.746
28	1257,18	109,63	1366,81	10.489
29	1268,91	97,90	1366,81	9.220
30	1280,75	86,06	1366,81	7.939
31	1292,71	74,10	1366,81	6.647
32	1304,77	62,04	1366,81	5.342
33	1316,95	49,86	1366,81	4.025
34	1329,24	37,57	1366,81	2.696
35	1341,65	25,16	1366,81	1.354
36	1354,17	12,64	1366,81	0

Año 2013											
	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Suelo Anual	10º Cuanto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9.35%)	Aporte Patronal (12.15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Gerente	1	700	700	8.400	340	700	350	0	794	937	10.727
Asesor comercial	1	600	600	7.200	340	600	300	0	680	803	9.243
Secretaria/ contadora	1	500	500	6.000	340	500	250	0	567	669	7.759
PRODUCCIÓN	3	1.800	1.800	21.600	1.020	1.800	900	0	2.041	2.408	27.728
Operario	4	340	1.360	16.320	1.360	1.360	680	0	1.542	1.820	21.540
	<b>4</b>	<b>340</b>	<b>1.360</b>	<b>16.320</b>	<b>1.360</b>	<b>1.360</b>	<b>680</b>	<b>0</b>	<b>1.542</b>	<b>1.820</b>	<b>21.540</b>

## 6.2. Calculo depreciaciones

Depreciación de Maquinaria			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			5500
1	550	0,10	4950
2	550	0,10	4400
3	550	0,10	3850
4	550	0,10	3300
5	550	0,10	2750
6	550	0,10	2200
7	550	0,10	1650
8	550	0,10	1100
9	550	0,10	550
10	550	0,10	0

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1720
1	172	0,10	1548
2	172	0,10	1376
3	172	0,10	1204
4	172	0,10	1032
5	172	0,10	860
6	172	0,10	688
7	172	0,10	516
8	172	0,10	344
9	172	0,10	172
10	172	0,10	0

<b>Depreciación Edificios-Construcciones</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			15000
1	750	0,05	14250
2	750	0,05	13500
3	750	0,05	12750
4	750	0,05	12000
5	750	0,05	11250
6	750	0,05	10500
7	750	0,05	9750
8	750	0,05	9000
9	750	0,05	8250
10	750	0,05	7500
11	750	0,05	6750
12	750	0,05	6000
13	750	0,05	5250
14	750	0,05	4500
15	750	0,05	3750
16	750	0,05	3000
17	750	0,05	2250
18	750	0,05	1500
19	750	0,05	750
20	750	0,05	0

<b>Amortización Gastos de Constitución</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			910
1	182	0,20	728
2	182	0,20	546
3	182	0,20	364
4	182	0,20	182
5	182	0,20	0

### 6.3. Formato Entrevista

#### UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

**Tema:** Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

Solicitamos su colaboración respondiendo al siguiente cuestionario el mismo que tiene fines académicos en la elaboración del proyecto de tesis, garantizándole absoluta reserva y confidencialidad sobre la información por usted proporcionada.

Nombre del entrevistado..... Nro. De Cédula.....

Cargo que desempeña.....

Lugar:..... Fecha: .....

1. ¿Con que frecuencia cultivan la malanga?
  
2. ¿Cuántas hectáreas cultiva de malanga?
  
3. ¿Ud. comercializa la producción a nivel:
  
4. ¿Cuál es el lugar donde comercializa los productos?
  
5. ¿Con que frecuencia comercializan la malanga?
  
6. ¿Cuál es la unidad comercial de venta de la malanga?
  
7. ¿Cuál es el precio de comercialización?
  
8. ¿La asociación tiene contratos o convenios de comercialización?
  
9. ¿Cuál es su forma de pago en la comercialización?
  
10. ¿Cuánto considera usted es la utilidad por hectárea producida?
  
11. ¿Conoce de otras asociaciones en el medio cercano que produzcan la malanga?

#### 6.4. Lista de socios que integran la Asociación de Productores de Malanga el Limonar

<b>ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MALANGA EL LIMONAR</b>			
<b>Nº</b>	<b>NOMBRES</b>	<b>APELLIDOS</b>	<b>Nº DE CEDULA</b>
1	Luis Emilio	Anzules Rivadeneira	1715871255
2	Maura María	Zambrano Domínguez	1303880130
3	José Benigno	Ponce Ruíz	1303656118
4	Carmelo del Jesús	Cedeño Mora	1304451840
5	Napo Enrique	Arcos García	0400757977
6	José Carlos	Saad Macías	1707686679
7	Santo Hobel	Chica Cedeño	1705695771
8	José Javier	Cedeño Medranda	1116647782
9	Teresa del Jesús	Vera Zambrano	1309132049
10	Reinerio Ostiano	Zambrano Vera	1708576432
11	Ángel Antonio	Loor Rodríguez	1707144725
12	José Franco	Carrera Martínez	1702620608

## 6.5. Formato Entrevista al Cliente

### UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

**Tema:** Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

Solicito a usted de la manera más comedida su colaboración contestando el siguiente cuestionario, la misma que será utilizada con fines estrictamente académicos. La siguiente entrevista tiene como objetivo determinar alternativas comerciales internacionales de la malanga.

#### DATOS PERSONALES:

Nombre de la Empresa:.....RUC .....

Nombre del Representante Legal: .....

Dirección:.....Telf. ....

#### CUESTIONARIO

1. ¿Qué cantidad adquiere de malanga en Tn?
2. ¿Cómo cancela sus compras?
3. ¿Cada que tiempo compra malanga del Ecuador?
4. ¿De qué lugar o lugares compra la malanga?
5. ¿A qué precio compra la Tn?

## 6.6. Lista de Clientes de la Asociación de Productores de Malanga El Limonar

CLIENTES DE MALANGA EN COLOMBIA			
Nº	NOMBRES	NIT	TELEFONO
1	IMPOCOMERPLAT SAS	900811766-8	3173732543
2	IMPO-OCEANICA SAS	900599531-5	3167332131
3	IMEXPOCOL SAS	900752937-7	3156904256



## 6.7. Fotos







**Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización  
de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas -  
Ecuador**

**ARTÍCULO CIENTÍFICO**

**Iván Romeo López Yar**



Egresado de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Suficiencia en el Idioma Inglés, participante en seminarios como: I Jornada Internacional de Comercio Exterior, II Jornada Internacional de Comercio Exterior, III Jornada Internacional de Comercio Exterior, Estructura de Planes de Negocios y Manejo de Datos, Seminario de Taller de Actualización en Materia de Comercio Exterior y Manejo Integral del Sistema Ecuapass, Encuentro Binacional, El Comercio Binacional colombo-ecuatoriano “Una Mirada Académica desde los Jóvenes”. Misión Académica de la Universidad Politécnica estatal del Carchi (ecuador) a la universidad del valle – Colombia., I Conversatorio Binacional Ecuador-Colombia: Convenio de Esmeraldas.

**Oportunidades de mercados Internacionales y la  
comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de  
los Tsáchilas - Ecuador**

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi**

**Iván López - Ecuador**

**negronavi@gmail.com**

**Resumen**

*El presente proyecto permite el desarrollo socioeconómico y productivo de los socios que integran la Asociación de Productores de Malanga el Limonar, ubicados en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, quienes reúnen una oferta exportable sumamente importante, la misma que reúne características y condiciones de calidad atractivas para los clientes nacionales e internacionales cumpliendo con los máximos requisitos fitosanitarios exigidos por las legislaciones, el plan operativo diseñado reúne todas las garantías desde el país de origen Ecuador al país de destino Colombia, en un sistema que precautela el mantenimiento de los parámetros de calidad de la malanga.*

*El estudio contempla todos los requisitos legales exigidos para los procesos de exportación bajo el objetivo de establecer una negociación a largo plazo debido a los resultados obtenidos del estudio financiero donde sus índices marcan indicadores favorables para los productores nacionales como el VAN de 2.353, el TIR de 21,06%, que sugieren se realice el proceso de exportación, ya que este proyecto arroja datos eminentemente rentables garantizando el*

**Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga  
producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador – Ecuador – Iván López  
– (UPEC – Ecuador)**

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

*capital invertido a todos los integrantes de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar.*

**Palabras Claves:** *agricultura, economía, malanga, oferta, calidad, exportación, comercialización, demanda.*

### **Abstract**

*This project allows the socioeconomic and productive development of the partners who make up the association of taro producer, located in the Province of Santo Domingo de los Tsáchilas who meet a very important exportable supply that meets the same conditions attractive features and quality national and international clients in compliance with the highest sanitary requirements imposed by the laws, the operating plan designed meets all the guarantees from the country of origin to the destination country Ecuador Colombia, in a system that precautela maintaining quality parameters malanga.*

*The study covers all legal requirements for the export process under the aim of establishing a long-term negotiation due to the results of the financial study where its indices mark favorable indicators for domestic producers and the NPV of 2,353, the IRR 21.06%, suggesting the export process is performed, as this project shows eminently profitable data guaranteeing the capital invested to all members of the Association Studio Malanga.*

**Keywords:** *agriculture, economics, malanga, choice, quality, export, sale, demand.*

### **1. Introducción**

El presente artículo se enfoca en dar a conocer los resultados obtenidos y más relevantes de la investigación de mercado después de haber realizado la recolección de datos con la aplicación de información primaria y secundaria, la información recolectada permitió conocer la oferta de malanga existente en la provincia de los Tsáchilas y la demanda insatisfecha en el mercado colombiano.

Con el afán de determinar la demanda de malanga en la República de Colombia para la comercialización desde la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, ha sido útil necesario compilar información cualitativa y cuantitativa, sobre el comportamiento de las variables en los mercados tanto de Ecuador como Colombia, lo que incluye la realización de un análisis PEST y lo que ello implica.

La información obtenida permite comprender cómo funciona el mercado colombiano, determinar los consumidores, la competencia y las dificultades que se generen en el ingreso a ese mercado, y con ello determinar de qué manera la malanga puede competir en ese entorno, posteriormente para dar solución al problema planteado se realiza un estudio de factibilidad para

**Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador – Ecuador – Iván López – (UPEC – Ecuador)**

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

comercializar la malanga desde la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para atender una parte de la demanda insatisfecha en Colombia, considerando costos de inversión, logística y de exportación..

### **2. Materiales y Métodos**

La elaboración de la investigación referente al tema “Las Oportunidades de mercado en Colombia para la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador” se considerado la aplicación de dos enfoques:

El enfoque hermenéutico y analítico, con la finalidad de determinar el desarrollo, producción y comercialización de malanga desde la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia el mercado colombiano en forma cuantitativa y cualitativa de los diferentes mercados en destino, ya que con ellos se logra recopilar datos que registraran un paso importante para la investigación.

La modalidad de investigación se realiza mediante la utilización de la investigaciones bibliográficas la misma que detecta, analiza, profundiza en diferentes teorías, enfoques, conceptualizaciones con diferentes criterios de autores y personas que intervienen en la producción, la comercialización de la Malanga, la investigación de campo que sistemáticamente se pondrá en contacto con los actores antes mencionados, para con ello empaparse de todo lo referente a el tema de la malanga.

Para poder determinar y asociar los datos de una manera eficiente se utilizó la investigación descriptiva que permite comparar, clasificar, caracterizar, determinar dos o más fenómenos separado y midiendo su comportamiento de todas la variables. Además se recopila información mediante la observación, la entrevista que brindara datos e información estadística y conocimientos básicos de la producción y comercialización de malanga, esto se aplicara a expertos en áreas como la agricultura y la comercialización, para obtener relevante para el conocimiento y el análisis.

### **3. Resultados y discusión**

#### **3.1. Diagnóstico del mercado Ecuatoriano**

De acuerdo con la Guía Comercial de Ecuador, 2014, (pág. 12), Ecuador forma parte de varios organismos internacionales importantes, que le permiten obtener beneficios políticos, económicos, etc. para mejorar el desarrollo del país. Además forma parte de acuerdos regionales como la, Comunidad Andina (CAN), Alianza Bolivariana para las Américas (ALBA), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), de igual forma Ecuador es un país asociado del MERCOSUR; cada uno de estos le facilita el acceso a mercados internacionales, permitiéndole ser

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

más eficiente y rentable económicamente para la comercialización de los diferentes productos.

La economía ecuatoriana, se centra en las actividades de extracción (petróleo, oro y cobre) y agroalimentarias (marisco, flores, café, cacao y azúcar), que representan el 90% de las exportaciones de Ecuador.

La política comercial que maneja Ecuador procura una inclusión inteligente en la economía mundial, a través de ejes de acción importantes, tales como la diversificación de los mercados, productos, complementación económica, así también la reducción de irregularidades en el comercio nacional e internacional.

Los indicadores socioeconómicos muestran la situación real y actual del país, así se puede evidenciar la inflación en el año 2014 fue de 2,70%, misma que es menor al año 2013 la cual presentó un 4,16%; esto se debe a la estabilidad en los precios de artículos relacionados a alimentos, bebidas no alcohólicas, restaurantes, hoteles y transporte. (Banco Mundial, 2014).

De igual forma se puede indicar que el PIB es de 4,6% el cual incremento en relación al año anterior, entre las contribuciones más importantes al PIB se encontraron: correos y comunicaciones, construcción y obras públicas y comercio, esto influyó directamente en la tasa de crecimiento del mismo y del per-cápita. (Andrade, 2014, pág. 2)

**Tabla N°. 1**  
**Balanza comercial Ecuador – Mundo (Millones de dólares)**

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Exportaciones	17.489,93	22.322,35	23.764,76	24.847,85	25.732,27
Importaciones	19.468,65	23.151,86	24.205,37	25.888,84	26.459,29
<b>Saldo</b>	<b>-1.978,73</b>	<b>-829,50</b>	<b>-440,61</b>	<b>-1.040,99</b>	<b>-727,02</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (2015)

**Elaborado por:** Iván López

La balanza comercial de Ecuador en los últimos cinco años ha presentado saldos negativos, en el año 2010 el déficit comercial fue de 1978 millones, para el siguiente año esta tiene una notable disminución a 829 millones, lo cual es beneficioso para el país, de igual forma disminuye aún más para el 2012 con 440 millones, pero esta incrementa en el año 2013.

## Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

### 3.1.1. Producción de Malanga del Ecuador

La malanga en Ecuador tiene un rendimiento de 12 a 18 toneladas por hectárea sembrada, la cual se clasifica en tres categorías de calidad que son. Extra, primera, y segunda.

- **Extra.-** Esta no tiene defectos, excepto superficiales muy leves que no afectan su aspecto general, calidad, estado de conservación y presentación.
- **Primera.-** Esta categoría tiene defectos leves tales como cicatrización que no supere el 25% de la superficie, áreas raspadas que no superen el 20% de la superficie, siempre y cuando no afecten su aspecto general, calidad, estado de conservación y presentación.
- **Segunda.-** En esta categoría se permiten los siguientes defectos siempre y cuando no afecten su aspecto general, calidad, estado de conservación y presentación, además que la cicatrización que no supere el 25% de la superficie, áreas raspadas que no superen el 30% de la superficie.

La Asociación de Productores de Malanga el Limonar, establece un ciclo de producción de 9 meses, para lo cual cuenta con 27 hectáreas, las cuales producen 18 ton/ha, es decir al año se cultivaría 36 ha del producto, considerando que los cultivos se efectúan de forma mensual, es decir 3 ha/mes.

**Tabla N° 2**  
**Producción de Malanga**

<b>Cultivo mensual</b>		
<b>Total Ha</b>	<b>Producción/ha</b>	<b>Total ton. cultivadas</b>
<b>3</b>	<b>18</b>	<b>54</b>
<b>Cultivo anual</b>		
<b>Total Ha</b>	<b>Producción/ha</b>	<b>Total ton. cultivadas</b>
<b>36</b>	<b>18</b>	<b>648</b>

**Fuente:** Asociación de Productores de Malanga el Limonar  
**Elaborado por:** Iván López

### 3.1.2. Clasificación por categorías de calidad de la malanga

**Tabla N° 3**  
**Categoría de la Malanga trimestral**

<b>Categoría</b>	<b>%</b>	<b>Cantidad Ton mensual</b>	<b>Cantidad Ton Anual</b>
Extra	55%	30	360
Primera	35%	19	228
Segunda	10%	5	60
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>648</b>

**Fuente:** Asociación de Productores de Malanga el Limonar  
**Elaborado por:** Iván López



## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

Actualmente la Asociación de Productores de Malanga el Limonar maneja el cultivo del producto mediante tres categorías de calidad, las cuales le facilitan la selección del producto, debido que para la comercialización internacional se requiere únicamente las de extra calidad, porque esta cumple con las exigencias de los consumidores, por tal motivo se toma solamente las de esta categoría para el desarrollo del estudio.

### **3.1.3. Oferta exportable**

Para la determinación de la oferta exportable se consideró la producción de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la misma que integra a 12 socios para lo cual se basó únicamente en el producto de extra calidad que es 30 Tn mensuales y 360 Tn anuales, la cual se distribuye para consumo nacional e internacional, considerando que la asociación manifiesta que cuenta con el 55% de la producción para comercializar a nivel internacional.

**Tabla N° 4**  
**Distribución Comercial**

<b>Distribución del producto</b>	<b>%</b>	<b>Ton. Mensual</b>	<b>Ton. anual</b>
<b>Local</b>	45%	24	288
<b>Internacional</b>	55%	30	360
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>648</b>

**Fuente:** Asociación de Productores de Malanga el Limonar

**Elaborado por:** Iván López

Determinando así que la oferta exportable anual de malanga es de 360 toneladas, las cuales servirán para cubrir parte de la demanda insatisfecha en el país de destino. Esto según datos obtenidos en la entrevista realizada al representante de la Asociación de Productores de Malanga el Limonar.

#### **3.1.3.1. Descripción del producto.**

**Malanga.-** La malanga es conocida también como yautia, cocoyam, eddo, coco, tannia, macal, quiscamote, tiquisque, sato-imo. En Ecuador la cosecha se realiza a los 10 meses de edad para la malanga blanca y a los 12 meses para la malanga morada o lila.

**Uso:** La malanga se consume cocida y como harina para diversos usos como frituras. Con ella se preparan numerosos platos como sopas y pastas, guisos, ensaladas, dulces, panes, pasteles y galletas.

**Almacenaje:** A temperaturas de aproximadamente 7°C, la malanga se puede almacenar hasta 3 meses.

**Disponibilidad:** todo el año.

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

### **3.2. Diagnóstico del mercado Colombia**

Según la Guía Comercial de Colombia, (2014), la República de Colombia, es un país de América ubicado en la zona noroccidental de América del Sur, organizado constitucionalmente como una república unitaria descentralizada,

De acuerdo con la Guía Comercial de Colombia, (2014), Colombia está formada por tres poderes de gobierno: legislativo, ejecutivo y judicial. También crea órganos autónomos con funciones específicas para el desempeño de las obligaciones adicionales del Estado colombiano.

El factor socioeconómico de Colombia, presenta cambios notables en comparación al año anterior, como es el caso de la inflación que presenta un incremento del 0,30%; en el 2013 la tasa de inflación fue de 2,02%, el incremento se debe al aumento del costo de los productos que forman parte de la canasta básica familiar. DANE, (2015).

De igual forma se puede manifestar que Colombia tiene una de las economías más sólidas de América Latina, El PIB de dicho país creció en comparación al anterior el cual refleja una tasa del 5,06%; reflejando una economía sostenida desde el año 2010. DANE, (2015).

**Tabla N° 5**  
**Balanza Comercial Colombia - Mundo (Miles de dólares)**

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Exportaciones	39.713	39.713	39.713	39.713	39.713
Importaciones	38.154	38.154	38.154	38.154	38.154
Balanza Comercial	1.559	5.358	4.023	2.202	-4.807

**Fuente:** DIAN, DANE.

**Elaborado:** Iván López

La balanza comercial colombiana frente a más de 30 países que representan el 47% del intercambio de bienes con el mundo, es menos favorable en comparación con el año anterior, el intercambio de bienes, la balanza comercial de Colombia continuó desequilibrándose se debe indicar que el último es negativo debido a que Ahí no se tienen en cuenta China ni México, los países con los mayores desbalances (más de 2.500 millones de dólares cada uno), que si bien ocupan los primeros puestos en la lista de países de destino de los productos colombianos. (Diario el Portafolio.com, 2014)

#### **3.2.1. Requisitos específicos para productos ecuatorianos con potencial en Colombia**

Ecuador y Colombia son países miembros de la Comunidad Andina de Naciones, y en este marco, pertenecen a una zona de libre comercio. A nivel de la ALADI, su relación comercial se encuentra principalmente regida por la Preferencia Arancelaria Regional (AR.PAR N°4) y el Acuerdo de Apertura de Mercados a favor de Ecuador (AR.AM. N°2). Estas condiciones permiten que

**Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador – Ecuador – Iván López – (UPEC – Ecuador)**

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

los productos ecuatorianos puedan ingresar al mercado colombiano en situación preferencial.

### **3.2.1.1. Requisitos Sanitarios / Fitosanitarios**

En Colombia el certificado fitosanitario es el documento que confirma la compatibilidad que deben cumplir las plantas, productos vegetales importados con las normas y estándares vigentes, emitido por el organismo autorizado de certificación, ICA Instituto Colombiano Agropecuario. De igual modo el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC también lo hace, además de autorizar a los países a establecer sus propias normas, dispone que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y que no discriminen de manera arbitraria o injustificable entre miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o similares.

### **3.2.1.2. Requisitos de Empaque, Embalaje y Etiquetado**

Las regulaciones aduaneras colombianas establecen condiciones especiales de embalaje, empaque y rotulación para la importación de productos comestibles, farmacéuticos y materiales considerados peligrosos o tóxicos. En relación con los productos comestibles, se debe indicar claramente en el rótulo el nombre de los productos, ingredientes, peso, identificación de los fabricantes y número de licencia sanitaria oficial.

### **3.2.2. Exportaciones de la partida 07149010.00**

Tabla N° 6  
Ecuador exporta hacia Colombia

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Colombia					Ecuador exporta hacia el mundo				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
0714901000	Raíces de arrurruz y de salep, aguaturmas "patacas" y raíces y tubérculos similares en fécula o en inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incl. troceados o en "pellets", así como médula de sagú (exc. raíces de mandioca "yuca" y batatas "bo						329	169	56	22	383

**Fuente:** (Centro de Comercio Internacional TRADEMAP, 2015)

**Elaborado:** Iván López

Observando la tabla se puede analizar que no existen datos estadísticos de exportaciones a Colombia de productos bajo la partida 07.14.90; lo que presenta una oportunidad de comercialización para este tipo de productos, debido a que Ecuador si registra datos de exportaciones a diferentes partes del

**Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador – Ecuador – Iván López – (UPEC – Ecuador)**

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

mundo, aunque la cantidad es mínima pero cuenta con registros de exportaciones según los datos encontrados en el Centro de Comercio Internacional 2015.

### **3.2.3. Tendencia de consumo**

Las tendencias de consumo en Colombia están cambiando fuertemente impulsados por las condiciones económicas, de igual forma los nuevos gustos y factores de decisión de compra de los colombianos se reflejan en nuevos canales y productos comerciales establecidos en el mercado. Centro de Información e Inteligencia Comercial, (2013).

La frecuencia con la que compran la malanga los hogares es semanal y quincenal, principalmente. Pasto presenta algunas diferencias respecto al patrón de consumo de otras ciudades; por ejemplo, ciudades como Medellín y Bogotá realizan la compra con frecuencias de una vez al mes.

#### **3.2.3.1. Gustos y preferencias de los consumidores**

De acuerdo al estudio realizado por la CORPEI, (2014), se pudo determinar que entre los colombianos tienen un importante consumo de tubérculos, los cuales comprenden a las yucas, papas, camote, malanga, etc., mismas que corresponden a una participación del 10% de participación en el mercado, el crecimiento de la demanda de estos productos se debe a la utilización que les dan en las preparaciones de diferentes platos así como también de snaks.

#### **3.2.3.2. Frecuencia de consumo**

En cuanto a la frecuencia con la que compran la malanga y los tubérculos en general, la adquisición que se realiza por parte de los hogares colombianos es frecuente ya sea porque la efectúan de forma semanal, quincenal y mensual, debido a que este producto es uno de los principales productos que consta en la canasta básica, de igual forma esto se debe a que el producto se lo puede adquirir en cualquier temporada del año. FAO, (2014).

#### **3.2.3.3. Principales competidores de malangas**

Colombia se ha caracterizado tradicionalmente por tener un comercio minorista altamente competitivo, resultado de aquello se debe en gran parte a la segmentación geográfica que se presenta en el interior del país. Resaltando aun cuando el avance de los supermercados e hipermercados ha sido de vital importancia en los últimos años, el canal tradicional de distribución (tiendas de barrio) captura todavía el 50% del mercado, siendo así estos los principales competidores para la comercialización de este tipo de productos. (Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2013).

## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

### **3.3. Cálculo de la demanda Insatisfecha**

Para el cálculo del consumo aparente es necesario contar con datos históricos de importaciones, exportaciones y producción nacional de fréjol en Venezuela; dicho cálculo está representado en la fórmula  $Ca = Pn + M - X$ . Luego la demanda insatisfecha, que es aquella que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta, su cálculo es en función del déficit y la población, para el consumo recomendado se ha tomado como base datos proporcionados por la FAO afirmando que el fréjol es fundamental en la dieta alimentaria por su alto contenido nutricional, por lo que recomienda triplicar el consumo esto es 13,87kg anuales que es el máximo consumo recomendado, y se convierte en la base de cálculo de la proyección.

Del mismo modo se toma en cuenta la población total de Venezuela, pues la empresa importadora se encarga de distribuir el producto a nivel nacional.

En la tabla se puede observar el déficit existente en Venezuela y el porcentaje de cobertura con la producción de los agricultores de fréjol del cantón Urcuquí, así mismo se ha realizado a proyección para los próximos cinco años tanto de la oferta como la demanda.

## Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

### 3.3.1 Tabla de la demanda insatisfecha

**Tabla N° 7**  
**Calculo de la Demanda Insatisfecha**

Nro.	Exportación	Importación	Producción nacional	NA	Población Colombia	Consumo Real (Kg)	Consumo Recomendado (Kg)	Déficit (Kg)	Población Nariño	Demanda Insatisfecha (Kg)	PROYECTO		
											(KG)	(TM)	De Cobertura
<b>2012</b>	2.150,84	-	5.000,00	2.849	46581372	5,00	10,00	5,00	742541	3.712.706	194.400	194,40	5,24%
<b>2013</b>	1.578,03	4,59	5.300,00	3.727	47120770	5,00	10,00	5,00	751021	3.755.103	216.000	216,00	5,75%
<b>2014</b>	1.653,57	-	5.600,00	3.946	47661787	5,00	10,00	5,00	759605	3.798.023	240.000	240,00	6,32%
<b>2015</b>	1.643,07	10,70	5.936,00	4.304	47923927	5,00	10,00	5,00	768188	3.840.940	264.000	264,00	6,87%
<b>2016</b>	1.567,54	15,28	6.292,16	4.740	48187508	5,00	10,00	5,00	776869	3.884.343	290.400	290,40	7,48%
<b>2017</b>	1.492,00	19,87	6.669,69	5.198	48452540	5,00	10,00	5,00	785647	3.928.236	319.440	319,44	8,13%
<b>2018</b>	1.416,47	24,45	7.069,87	5.678	48719029	5,00	10,00	5,00	794525	3.972.625	351.384	351,38	8,85%
<b>2019</b>	1.340,93	29,04	7.494,06	6.182	48986983	5,00	10,00	5,00	803503	4.017.516	386.522	386,52	9,62%
<b>2020</b>	1.265,39	33,62	7.943,71	6.712	49256412	5,00	10,00	5,00	812583	4.062.914	425.175	425,17	10,46%

Fuente: TRADEMAP, DIAN, DANE

Elaborado por: Iván López

Si se compara la demanda insatisfecha con la cantidad de oferta, la demanda es cuantiosamente mayor, por lo que el proyecto alcanza a cubrir únicamente el 6,87% en este mercado, de dicha oferta disponen los agricultores de malanga de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

## Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

Una vez realizado el cálculo de la demanda insatisfecha que se debe satisfacer en el mercado colombiano se procede a realizar las estimaciones de ventas y envíos para conocer los costos y gastos en los que se incurre.

### 3.4. Estimación de ventas y programación de envíos.

Tabla N°. 8 Estimación de ventas

DATOS	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Oferta exportable tn	240	264	290,4	319,44	351,38	386,52
Demanda insatisfecha tn	3,798	3,84	3,884	3,928	3,972	4,017
% de cobertura de la demanda	6,32%	6,87%	7,48%	8,13%	8,85%	9,62%
Frecuencia de envió	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Numero de envíos al año	12	12	12	12	12	12
Tamaño del embarque	20,00	22,00	24,20	26,62	29,28	32,21
N° de empaques / embalajes	666,7	733,33	806,67	887,33	976,06	1073,67
N° contenedores de 30 tn	2	2	2	2	2	3
Estimación de ventas según embalajes por envió	666	733	806	887	976	1073
Estimación de ventas según unidad comercial (envases) por envió	400	440	484	532	586	644
Estimación de ventas según empaques / embalajes al año	7992,00	8796	9672	10644	11712	12876
Estimación de ventas según unidad comercial	239760	263880	290160	319320	351360	386280

En este caso para estimar las ventas ha sido necesario tomar como base la oferta exportable y la demanda de malanga en Colombia, dicho envíos se realizan mensualmente, por lo cual la matriz está detallando el número de cajas que se enviarán cada mes en cada año, así como también muestra el número de vehículos a utilizar en cada embarque anualmente hasta 2019.

Tabla N°. 9 Costos de Producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima			71.928	82.090	90.265	99.336	109.304	120.167
Cajas de Malanga	7.992	9,00	71.928	82090	90265	99336	109304	120167
Mano de Obra			17.232	24.955	27.271	29.802	32.569	35.591
Operarios	4	4.308	17.232	24.955	27.271	29.802	32.569	35.591
Costos Indirectos de Fabricación:			11.010	9.574	10.727	12.046	13.545	15.240
Envases	7.992	0,95	7.592	5215	5944	6782	7736	8818
Etiquetas	7.992	0,30	2.398	2.752	3.136	3.577	4.080	4.649
Agua	15	40,00	600	622	645	669	694	719
Energía	15	20,00	300	311	323	335	347	360
Fajas lumbares	5	15,00	75	78	81	84	87	90
Mascarilla	300	0,15	45	47	48	50	52	54
Depreciaciones				550	550	550	550	550
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>100.170</b>	<b>116.619</b>	<b>128.263</b>	<b>141.185</b>	<b>155.417</b>	<b>170.998</b>

La caja de malanga se la adquiere a \$9USD como materia prima, cabe resaltar que al referirse a costos de producción del planta se suma también la mano obra y los

## Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

costos indirectos de fabricación como se detalla en la tabla, por los tanto en 2014 el costo de producción suma \$100.170USD por la adecuación de las 240 toneladas de malanga que se tiene como oferta exportable desde este año.

### 3.5. INDICADORES FINANCIEROS

#### TIR Y VAN

Tabla N°. 10 indicadores financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 69.380,81		
1	10.231,82	0,8332	8.525,09
2	10.388,99	0,6942	7.212,17
3	10.680,15	0,5784	6.177,55
4	27.717,20	0,4819	13.357,80
5	90.803,28	0,4015	36.461,41
		<b>ΣFE</b>	<b>71.734,02</b>
		- I.I.	69.380,81
		<b>VAN</b>	<b>2.353,21</b>
		TIR	21,06%
		PR	4,11
		C/B	1,03

<b>CCP</b>	<b>20,02%</b>
<b>TIR</b>	<b>21,06%</b>
<b>VAN</b>	<b>2.353</b>

Como se muestra en los indicadores financieros se tiene un valor actual neto de \$2353,21US, esto indica que al ser mayor a cero se acepta el proyecto ya que además de que se recupera la inversión existe también una utilidad, del mismo modo la tasa de interna TIR, es del 21,06% lo que indica que dinero invertido en este proyecto se recupera en este porcentaje, considerando también que es más alto que las tasas pasivas y activas de las instituciones financieras, este dinero invertido se recuperara en un lapso de tiempo de 4 años, considerando un costo beneficio de 1,03.



## **Oportunidades de mercados Internacionales y la comercialización de Malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador**

### **4. Conclusiones**

- Una vez desarrollado la propuesta se ha determinado que es viable la comercialización de malanga des la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas a Colombia, por existencia de una alta demanda insatisfecha existente de la cual se desea satisfacer en cierto porcentaje y por los beneficios que recibirían los involucrados en el proceso de producción y comercialización de malanga, al incrementar las ventas.
- La exportación de malanga producida en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas genera un beneficio económico a nivel nacional, pues de forma directa o indirecta contribuye la generación de fuentes de empleo.
- De las cuatro países seleccionados se consideró a Colombia como país de destino para la exportación de malanga, debido a la gran cantidad de demanda insatisfecha existente sobre el producto, además de los beneficios comerciales que nos brinda este mercado, considerando que se han firmado varios acuerdos comerciales que permiten un intercambio comercial justo y equitativo, lo que contribuye al incremento de las exportaciones de malanga.

### **5. Recomendaciones**

- Es recomendable aumentar las exportaciones de malanga considerando el incremento de la producción de este bien incentivando a otras zonas (provincias) a cultivar este producto mediante capacitaciones y ayuda financiera.
- Es importante crear una línea de productos derivados de la malanga para no exportar solo materia prima e incrementar los mercados internacionales de destino.

### **6. Referencias bibliográficas**

#### **6.1. Bibliografía**

- Banco Central del Ecuador, (2015), Exportaciones, Importaciones de malanga, obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/servicios-bancarios>
- Banco Mundial (2015), Indicadores básicos de china, obtenido de, <http://datos.bancomundial.org/>
- COPCI, (2010), pág. 36, Art. 154: Exportación Definitiva, obtenido de [http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_a/normasderegulacion/codigo\\_organico\\_de\\_produccion\\_comercio\\_inversiones.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf)
- Plan del Buen Vivir (2013-2017), objetivo 10: Transformación de la Matriz Productiva, obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>



# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 011-2-AS-CEYNI/2014

A los veinte y siete días del mes de febrero de 2014, siendo las 16h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Msc. Edison Caza, PRESIDENTE; MSc. Georgina Arcos, SECRETARIA; y Msc. Beatriz Realpe VOCAL del proyecto: "OPORTUNIDADES DE MERCADO COLOMBIANO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE MALANGA PRODUCIDA EN CARCHI- ECUADOR" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación del estudiante LÓPEZ YAR IVAN ROMEO del IX nivel "B" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante LÓPEZ YAR IVAN ROMEO APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado ..... 3,33.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 3,16.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo..... 1,00.....

Obteniendo como nota final 7,49 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

- Ampliar los mercados a España, Estados Unidos y Colombia
- Definir el producto nombre comercial, nombre técnico y nombre definido en el arancel
- Definir formas de comercialización 0078x
- Cambiar Oportunidades de Mercado Colombiano y la Comercialización de Malanga Producida En Santo Domingo de los Tsáchilas- Ecuador"

Dado en la ciudad de Tulcán a los veinte y siete días del mes de febrero de dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

  
Msc. Edison Caza  
PRESIDENTE

  
Msc. Georgina Arcos  
SECRETARIA

  
Msc. Beatriz Realpe  
VOCAL



Certifico que es fiel copia del original Tulcán a.

03 AGO. 2015

  
PROSECRETARIA

