



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TITULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TEMA: “DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA ZONA NOR-
CENTRAL DE PICHINCHA A TRAVÉS DE UN MODELO
ASOCIATIVO DE LOS PRODUCTORES DE AGUACATE, PARA
SU INDUSTRIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN AL MERCADO
FRANCÉS”**

AUTOR: GONZÁLEZ ESPINOSA, MÓNICA JACQUELINE

**DIRECTOR: ING. MIÑO, OSWALDO
CODIRECTORA: ING. VINUEZA, JENNY**

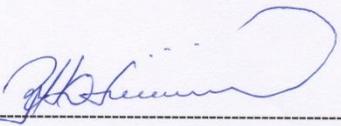
SANGOLQUÍ

2016

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL****CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, **“DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA ZONA NOR-CENTRAL DE PICHINCHA A TRAVÉS DE UN MODELO ASOCIATIVO DE LOS PRODUCTORES DE AGUACATE, PARA SU INDUSTRIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN AL MERCADO FRANCÉS”** realizado por la señora **MONICA JACQUELINE GONZALEZ ESPINOSA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar la señora **MONICA JACQUELINE GONZALEZ ESPINOSA**, para que lo sustente públicamente.

Quito, 03 de Marzo de 2016



CARLOS OSWALDO MIÑO VILLARREAL
DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



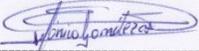
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, MÓNICA JACQUELINE GONZALEZ ESPINOSA, con cédula de identidad N° 1721063202, declaro que este trabajo de titulación **“DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA ZONA NOR-CENTRAL DE PICHINCHA A TRAVÉS DE UN MODELO ASOCIATIVO DE LOS PRODUCTORES DE AGUACATE, PARA SU INDUSTRIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN AL MERCADO FRANCÉS”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Quito, 03 de Marzo de 2016



MONICA JACQUELINE GONZALEZ ESPINOSA
C.C: 1721063202

AUTORIZACIÓN



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, MÓNICA JACQUELINE GONZALEZ ESPINOSA, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA ZONA NOR-CENTRAL DE PICHINCHA A TRAVÉS DE UN MODELO ASOCIATIVO DE LOS PRODUCTORES DE AGUACATE, PARA SU INDUSTRIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN AL MERCADO FRANCÉS”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Quito, 03 de Marzo de 2016

MONICA JACQUELINE GONZALEZ ESPINOSA

C.C: 1721063202

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios y a mis padres, Móni y Marce; quienes son los pilares fundamentales en mi vida y son quienes hicieron posible que me encuentre culminando una etapa más en mi vida, quienes con su infinito amor y apoyo incondicional me han impulsado a seguir adelante frente a todo obstáculo, y han formado mis valores y principios con el fin de lograr alcanzar todos los objetivos propuestos.

A mi hijo Ricardito, quien es mi fuerza y motivación para luchar cada día por lograr nuevos objetivos y continuar saliendo adelante.

A mi princesa Lupita, quien con sus sonrisas y amor ha alegrado mis días y ha llenado mi vida de felicidad.

A mi esposo Gabriel, quien con su amor y apoyo me ha ayudado seguir adelante para culminar esta etapa de mi vida.

A mi hermana Marce, quien ha estado a mi lado apoyándome incondicionalmente, y con quien he vivido grandes momentos.

Mónica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por sus infinitas bendiciones y fuerza que me han permitido culminar mi carrera.

A mis padres, Marce y Moni quienes han sabido guiarme por el camino correcto y siempre me han brindado su amor incondicional, quien han sido mi fortaleza en los momentos más difíciles, y jamás me han dejado caer, quienes con su ejemplo ha hecho que no me rinda ante los obstáculos y me han enseñado a luchar hasta alcanzar mis objetivos.

A mi esposo Gabriel y a mi bebé, quienes con su amor hacen que luche cada día para crecer cada día más como persona y profesional.

A mi hermana Marce y a mi princesa Lupita, por ser de gran apoyo durante mi vida.

A mis profesores quienes me supieron ayudar pese a las dificultades mantenidas y además me guiaron a lo largo del desarrollo de este trabajo y compartieron su conocimiento.

A mis familiares y amigos que estuvieron a mi lado apoyándome, aconsejándome y con quienes he compartido momentos felices, tristes, inolvidables y a su vez me supieron dar consejos para seguir adelante.

Mónica

ÍNDICE

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPITULO I	1
MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES	
1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1.1 Objetivo general	1
1.1.2 Objetivo específicos	1
1.3 Asociatividad.....	3
1.4 Asociatividad en Ecuador.....	5
1.4.1 Etapas del proceso asociativo.....	7
1.5 La asociatividad dentro del Plan Nacional del Buen Vivir y la Economía Popular y Solidaria.....	11
1.6 El Comercio Exterior y Código Orgánico de la Producción en marco del Plan Nacional del Buen Vivir	14
1.7 La Cadena de Valor	17
1.8 Capital Social	20
1.9 Internacionalización de empresas.....	21
1.10 Antecedentes	24
1.10.1 Aguacate.....	24

1.11	Producción del aguacate	31
1.11.1	Mercado local	31
1.11.2	Siembra	32
1.11.3	Cuidado	33
1.11.4	Cosecha	33
1.11.5	Proceso de industrialización del aguacate en aceite	34
 CAPITULO II		 38
DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE ECUADOR		
2.1	Macroentorno	38
2.1.1	Factor político	38
2.1.2	Factor económico	40
2.1.3	Factor demográfico	42
2.2	Microentorno	42
2.2.1	Competencia en Ecuador	42
2.2.2	Competencia en Francia	43
2.2.3	Clientes	47
2.2.4	Sustitutos	49
 CAPITULO III		 50
INVESTIGACIÓN DE MERCADO		
3.1	Planteamiento de investigación	50
3.2	Hipótesis	50
3.3	Objetivos	50
3.3.1	Objetivo general	51

3.3.2	Objetivos específicos.....	51
3.4	Producción zona nor-central de Pichincha	51
3.5	Determinación subpartida arancelaria	52
3.6	Principales países importadores de subpartida 1515.90.....	53
3.7	Análisis de principales países de los que importa Francia de la subpartida 15159099.....	55
3.8	Precios de importación	56
3.9	Factor de decisión.....	57
3.10	Francia.....	58
3.10.1	PIB per cápita de Francia	59
3.11	Índices de consumo	60
3.12	Características de consumo en Francia	62
3.13	Calidad del aceite de aguacate.....	64

CAPITULO IV **65**

DISEÑO DE LA ASOCIACIÓN Y MODELO DE GESTIÓN

4.1	Infraestructura de la asociación.....	65
4.1.1	Ubicación	65
4.1.2	Infraestructura de la planta procesadora.....	66
4.2	Modelo de Asociatividad	67
4.3	La Asociación.....	68
4.3.1	Nombre de la Asociación	68
4.3.2	Slogan	68
4.3.3	Logo	69
4.3.4	Presentación del producto	70
4.3.5	Mision y vision.....	70
4.3.6	Valores corporativos	71

4.3.7	Objetivos Corporativos	72
4.3.8	Estrategias para la comercialización asociativa	72
4.4	Modelo de Gestión	73
4.4.1	Estructura Organizacional de la Empresa	73
4.4.2	Dirección administrativa y financiera	74
4.4.3	Dirección de Talento Humano	74
4.4.4	Gestión logística y del área de Comercio Exterior	75

CAPITULO V **77**

PROCESO DE EXPORTACIÓN

5.1	Creación de la empresa en la Superintendencia De Economía Popular y Solidaria	77
5.1.1	Reserva de dominación	77
5.1.3	Registro de Directiva.....	79
5.1.4	Ingreso y salida de socios.....	82
5.2	Registro Único de Contribuyentes	84
5.3	Registro como exportador en el SENAE.....	85
5.4	Documentos de acompañamiento y soporte.....	89
5.5	Declaración aduanera de exportación.....	91
5.6	Regularización de la DAE.....	92
5.7	Aforo	92
5.8	Normas de Etiquetado	93
5.9	Plazos de pago.....	94
5.10	Término de negociación	94

CAPITULO VI **97**

ESTUDIO FINANCIERO

6.1	Obras Civiles	97
6.2	Maquinaria y equipo de la planta industrial	98
6.3	Inversiones	99
6.4	Amortización de préstamo	100
6.5	Depreciaciones	101
6.6	Materia prima	103
6.7	Presupuesto de personal	104
6.8	Gastos de operación	105
6.9	Sueldos y salarios de producción	106
6.10	Ventas proyectadas de aceite de aguacate	107
6.12	VAN Y TIR.....	110
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
	Bibliografía	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Razas de Aguacate	26
Tabla 2 Variedades del Aguacate “Fuerte”	27
Tabla 3 Variedad del Aguacate "Hass"	28
Tabla 4 Producción de los Cultivos de Aguacate en Pichincha	31
Tabla 5 Producción Zona Nor-Central e Pichincha	51
Tabla 6 Producción de Aceite de Aguacate para Exportación	52
Tabla 7 Precios de Importación Subpartida 151590.....	56
Tabla 8 Factor de Decisión.....	57
Tabla 9 Destinos de Consumo de la Población Francesa	61
Tabla 10 Beneficiarios	76
Tabla 11 Token.....	88
Tabla 12 Emisión de Certificado de Firma Electrónica (HSM)	88
Tabla 13 Emisión de Certificado de Firma Electrónica Archivo	88
Tabla 14 Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Roaming).....	89
Tabla 15 Obras Civiles	97
Tabla 16 Maquinaria y Equipo Planta Industrial.....	98
Tabla 17 Inversiones	99
Tabla 18 Amortización de Préstamo	100
Tabla 19 Depreciación Edificios	101
Tabla 20 Depreciación de Equipos de Cómputo	102
Tabla 21 Depreciación Equipos y vehículos	102
Tabla 22 Materia Prima	103
Tabla 23 Presupuesto de Personal.....	104
Tabla 24 Gastos de Operación	105
Tabla 25 Sueldos y Salarios de Producción	106
Tabla 26 Proyección de Ventas de Aguacate	107
Tabla 27 Estado de Resultados	108
Tabla 28 Flujo de Caja	110
Tabla 29 TIR.....	112
Tabla 30 VAN	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Zona de Perucho	29
Figura 2. Proceso de producción del Aceite de Aguacate	34
Figura 3. Cantidades de Producción de Aceite	37
Figura 4. Aceite de Aguacate de empresa Huilierie “Croix Vert”	44
Figura 5. Aceite de Aguacate de empresa Huilierie “BioPlanet”	45
Figura 6. Aceite de Aguacate de empresa Huilierie “Emile Noel”	46
Figura 7. Aceite de Aguacate de empresa Huilierie “Cauvin”	48
Figura 8. Países importadores de subpartida 1515.90	53
Figura 9. Países importadores de subpartida 1515.90	54
Figura 10. Importaciones de Francia	55
Figura 11. Mapa de Francia	58
Figura 12. PIB Per Cápita Francia	59
Figura 13. Zona de Pichincha del Proyecto	65
Figura 14. Planta procesadora	66
Figura 15. Aceite de Aguacate “WiraKawsay”	70
Figura 16. Estructura Organizacional de la empresa	73
Figura 17. Reserva de Dominación	77
Figura 18. Solicitud certificación de existencia legal	78
Figura 19. Solicitud de registro de directiva	79
Figura 20. Formato de certificación del secretario	81
Figura 21. Solicitud de ingreso y salida de socios	82
Figura 22. Declaración y certificación del secretario de la Asociación	83
Figura 23. Formulario de registro de socios	84
Figura 24. Formulario de registro para firma electrónica	87
Figura 25. Incoterms	95

RESUMEN

Ecuador es reconocido a nivel mundial como uno país rico en flora y fauna y por ende de producto agrícolas, ya que debido a la ubicación geográfica son únicos y con características diferentes en comparación a los del resto de países, además Ecuador es eminentemente exportador de productos primarios sin ningún valor agregado, y cada productor negocia individualmente, lo cual ha implicado que estos último obtengan precio bajos y menores ingresos. En Francia el aceite de aguacate es en su mayoría utilizado con fines cosméticos, ya que sus propiedades ayudan a combatir el envejecimiento y enfermedades cardiovasculares, además tanto el aceite como la pulpa tiene una gran acogida en el mercado gourmet francés por su sabor, color y variedad de compuestos naturales beneficiosos para la salud. En la zona Centro-Norte de la provincia de Pichincha los productores de aguacate han formado sus propias asociaciones dependiendo de la parroquia donde se encuentren y muchos de estos productores no tienen el conocimiento. En tal virtud, se requiere que en esta zona de Pichincha se implemente un modelo asociativo que integre a estas agrupaciones, creando un centro de acopio que industrialice el aguacate en aceite, lo permitirá que los productores vendan los productos finales al mercado europeo obteniendo así un mejor precios y por ende adquieran mejores ingresos y ayuden al progreso y la economía de la zona y del Ecuador como tal.

PALABRAS CLAVE:

AGUACATE

ASOCIATIVIDAD

MATRIZ PRODUCTIVA

INDUSTRIALIZACION

EXPORTACION

ABSTRACT

Ecuador is recognized worldwide as a country rich in flora and fauna, also it has many agricultural product due to its unique geographical location that not all countries have. In addition, Ecuador is a traditional exporter of primary products without any added value and each producer negotiates individually, which typically has yielded lower prices and lower income.

In France, avocado oil is mostly used for cosmetic purposes, because of their properties to help fight with the aging and cardiovascular diseases. Also, the oil and the pulp are greatly sought after in the French market for its flavor, color and variety of beneficial natural health compounds. In Ecuador Central North Province of Pichincha area, the avocado growers have formed their own associations in their respective towns and villages depending on the parish where they are and many of these producers do not have the knowledge.

For these reasons it is required to implement a partnership model that integrates these groups in the Pichincha area, creating a collection center to industrialize avocado oil, it will allow that the producers sell final products to the European market with better prices and obviously it will improve their incomes for the economic progress of the area and also in the rest of the country.

KEY WORDS:

AVOCADO

ASSOCIATIVITY

MATRIX PRODUCTIVE

INDUSTRIALIZATION

EXPORT

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES

1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Objetivo general

Desarrollar el fomento productivo de la Zona Centro-Norte de Pichincha, implementando un modelo asociativo, a través de la creación de un centro de acopio de los productores agrícolas para además llegar a industrializar al aguacate y de esta forma exportar el aceite del mismo al mercado francés.

1.1.2 Objetivo específicos

- Investigar el aspecto agrícola del aguacate en las parroquias San José de Minas, Atahualpa, Chavezpamba, Perucho y Puellarro, con miras a determinar los factores agrícolas.
- Determinar las tendencias de oferta de aguacate de la Zona Centro-Norte de Pichincha, con el fin de conocer la capacidad productiva de este producto.
- Evaluar la ayuda con la que cuentan actualmente los productores de la Ruta escondida por parte del Estado y los proyectos que se encuentran y se van a realizar.
- Conocer el proceso de industrialización del aguacate em aceite del mismo con la ayuda de expertos agrónomos y técnicos
- Realizar un estudio del mercado Francés a fin de delinear las preferencias y gustos del consumidor y las ventajas o restricciones arancelarias para el ingreso a este mercado.

- Efectuar un estudio financiero del proyecto a fin de garantizar la rentabilidad del mismo.

1.2 Justificación del proyecto

Implementar un modelo asociativo de los productores de aguacate de la zona centro-norte de Pichicha, abre nuevos métodos alternativos de comercialización del producto, lo cual permite que la cadena de valor mejore y se fortalezca logrando un producto final industrializado con alto valor agregado, cumpliendo estándares de calidad internacionales que permitan alcanzar nuestro objetivo ingresar al mercado francés, logrando alcanzar un mejor precio para los productores, y obtengan mayores ingresos para de esta formas mejoren calidad de vida, logrando un desarrollo productivo sustentable de esta zona, siendo un gran aporte para la economía ecuatoriana.

Según el cambio de matriz productiva que busca implementar el Gobierno del Ecuador en uno de sus ejes es fomentar la creación de asociaciones que ayuden a obtener una mayor oferta. Además según los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir se busca fomentar las exportaciones no solamente de productos primarios, sino que también cuenten con un valor agregado o sean industrializados, ya que de esta manera se ayuda a la población de la Zona y a la economía también del país.

En tal el presente proyecto se proyecta poner en marcha del cual sus principales beneficiarios son los productores de aguacate y la comunidad en general de esta zona de Pichincha.

1.3 Asociatividad

La globalización ha obligado a las Mipymes a despertar su instinto de sobrevivencia, formando asociaciones que ayuden a enfrentar en conjunto los cambios efecto de la internacionalización de la economía y comercio, con el fin de lograr mejorar e incrementar su capacidad productiva, para poder competir de manera más igualitaria, adentrándose así, en el mercado donde dominan las multinacionales.

La globalización es un proceso de creciente internacionalización, del capital financiero, industrial y comercial, nuevas relaciones políticas internacionales y el surgimiento de nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo desubicados geográficamente, una expansión y uso intensivo de tecnologías sin precedentes (Pralong, 2009).

Esta tendencia expansiva ha hecho que las multinacionales a nivel mundial, capten la mayor parte del mercado debido a su producción estandarizada y a escala, lo cual ha ocasionado que muchas pequeñas y medias empresas desaparezcan, quiebren debido a la falta de liquidez y producción, o que a su vez han sido absorbidas por estas multinacionales.

La definición de la palabra asociatividad no está considerada dentro del diccionario de la Real Academia Española, sin embargo su frecuente y continuo uso predice que puede ser integrada a la misma en días futuros, tal y como ha ocurrido con otros términos que se han incorporado en los últimos años.

Por Asociatividad se entiende a un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, donde cada empresa participante continua manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial y decide voluntariamente participar en un

esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. (Perego L. H., 2003)

Implementar un modelo asociativo implica la cooperación y unión de productores, con la instauración y ejecución de estrategias de carácter colectivo, que buscan alcanzar objetivos y beneficios comunes.

George Kerrigan nos proporciona en su artículo una visión panorámica sobre esta temática, partiendo de la definición de asociatividad como “capacidad de los actores que conforman los sistemas productivos de trabajar, por decisión propia, de manera mancomunada, sin perder su independencia, para desarrollar ventajas competitivas que no podrían alcanzar si operasen de manera individual” (Demenus & Crespo Coello, 2011)

El mutuo apoyo y unión entre pequeños productores sin la pérdida de su autonomía, mejora sus condiciones y las relaciones con otras empresas del sector a través del desarrollo en conjunto con la participación de todas estas, con un líder capacitado que las represente, logrando facilidades de financiamiento, mejoramiento en los procesos de producción, mayor poder de negociación, nuevos clientes y apertura de otros nichos de mercado tanto nacionales como internacionales.

1.4 Asociatividad en Ecuador

“La historia del sistema cooperativo se remonta a la práctica de diferentes modalidades de asociación tradicional, especialmente en el ámbito rural y en actividades de carácter agropecuario, tal era el caso, por ejemplo en Latinoamérica, los ayllus de la cultura Inca que comprendió lo que ahora es Perú, Bolivia, Ecuador, parte de Chile y el norte argentino”. (Barzallo, 2012)

En años anteriores, la palabra asociatividad tomó mayor impulso en el Ecuador, precisamente por los efectos de la globalización, que como previamente se menciona es causal que los pequeños productores se vean en la necesidad de buscar ayuda y de trabajar cooperativamente, creando así asociaciones.

Los inicios de la asociatividad en el Ecuador fueron a raíz del apoyo del BID en el año 2005 donde se crearon de 2 grupos asociativos florícolas

- ECUADORIAN FLOWERS ASSOCIATION
- ROSAS DEL ECUADOR. BEST IN THE WORLD.

El primero con participación de 20 fincas productoras de rosas y flores de verano. El segundo con 30 productores de rosas.

Logros importantes: confianza entre las empresas, manual de calidad para exportación de las rosas y sistema de control de calidad, imagen unificada, participación en ferias, unificación de precios para venta en el consorcio, intentos de venta conjunta (PROECUADOR, 2012)

Unos ejemplos de asociaciones que han tenido éxito y se mantienen en el mercado ecuatoriano son:

- La Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (ANECACAO), es una Asociación sin fines de lucro que vela por el bienestar y desarrollo del sector productor y exportador del cacao del país. Esta Asociación fue fundada en Agosto del año 2005, desde ahí ha logrado alcanzar adentrarse en varios mercados internacionales.
- La Asociación Ecuatoriana de Tecnólogos Azucareros, esta asociación tiene como misión “Promovemos entre todos los profesionales vinculados a la agroindustria azucarera ecuatoriana la necesidad de asociarse con el fin de difundir entre ellos los adelantos tecnológicos a través de foros, seminarios, cursos, congresos, días de campo-fábrica, publicaciones, etc.”. (AETA)
- CONCACAO es una persona jurídica de derecho privada que en Asociatividad buscan fortalecer la cadena de valor del cacao. Se encuentra conformada por 165 productores nacionales de cacao fino de aroma.
Ha conseguido de forma Asociativa las alianzas, certificaciones, créditos para los insumos agrícolas, fertilizantes, rehabilitación de huertas, capacitación interna y externa, ayuda de Instituciones del Estado y Organizaciones no gubernamentales en el seguimiento de la cadena del CACAO.
“Esta asociación fue creada el 15 de agosto de 2007, además fue cofinanciado por el BID/FOMIN, CORPEI, ANECACAO y GTZ” (González, 2009)

Una de las asociaciones ya formadas en lo que respecta al sector del aguacate se encuentra la empresa es la Asociación de Avicultores de Puéllaro, con la que se tendrá contacto directo. Esta asociación se encuentra ubicada en Puéllaro, sector centro-norte de la Provincia de Pichincha, zona que reúne las condiciones exigidas para el mantenimiento y la ampliación del cultivo del aguacate.

El interés de la Asociación se centra en mejorar la actual producción y ampliarla con la variedad Hass de gran demanda en el mercado mundial, así como industrializar la actual producción y ampliaciones futuras.

El nivel organizativo es bajo entre las asociaciones agrícolas en la Zona Centro-Norte de Pichincha ya que no se ha logrado consolidar la cadena de valor del aguacate y de la mayoría de rubros agroproductivos. Además se ha vendido siempre solamente el producto primaria sin industrializar o sin tener algún valor agregado, lo que ha ocasionado que los productores obtengan relativamente bajos precios y por ende bajos ingresos.

1.4.1 Etapas del proceso asociativo

Según (Quimí, 2012) tomando como referencia a (Liendo & Martínez, 2001) existen 5 etapas en el proceso de formación de un grupo asociativo, las cuales se citan a continuación:

1. Etapa de gestación: Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.
2. Etapa de estructuración: En esta fase los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.
3. Etapa de madurez: A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir.

En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para la autosostenibilidad del grupo.

4. Etapa productiva o de gestión: Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.
5. Etapa de declinación: Este ciclo comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

Con respecto a la clasificación o los tipos de asociación existentes, cada autor tiene una visión diferente de cómo agrupar o diferenciar a las asociaciones, a continuación citaré a diferentes autores y sus criterios.

Según (Luna & Puga, 2010) los diferentes tipos de asociación se clasifican en:

- Según el dominio en que trabajan: Es considerado el mejor medio para distinguir a las asociaciones, ya que las clasifica según su campo de acción; estos autores distinguen a tres tipos: el de la economía, burocracia y sociedad civil.
- Asociaciones a favor o en contra de los intereses creados: los autores consideran que existen las que se crean para su beneficio propio, es decir para el bienestar y mejoramiento de sus socios; y por otro lado se encuentran las que se crean para el beneficio de terceros, es decir actúan como agentes y ayudan a sus afiliados.
- Recursos de las asociaciones: Tiene que ver con la capacidad con la que cuentan los socios con respecto a recursos y capitales.
- Tamaño, concentración espacial y homogeneidad: Como último tipo tenemos a las agrupaciones que se asocian de acuerdo al espacio o situación geográfica donde se encuentren y los bienes o servicios similares que producen u ofrecen.

Según por (Méndez Carrillo & Fuentes Triagos, 2009) cita a (Rosales, 1997) en su artículo realizado acerca de “Asociatividad para la competitividad en Pymes de familia” agrupada a las asociaciones en función de ciertos criterios:

- **Según las Fases del Proceso Empresarial:** Indistintamente de la actividad económica, tamaño y naturaleza de las empresas, cada una de estas tiene por objeto la creación o transformación de la materia prima en un producto final o servicio mediante un proceso clasificado en tres fases:
 - Fase de Diseño del Producto/Servicio
 - Fase de Producción
 - Fase de Comercialización: Todo lo referente a recepción, solicitud, despacho o entrega de productos, etc.

- **Según las funciones básicas de la empresa**
 - Financiamiento de las actividades
 - Aprovisionamiento de los recursos físicos
 - Gestión de recursos humanos, de calidad y tecnología
 - Administración y control de los recursos

- **Según el alcance de la Asociatividad**
 - Geográfico
 - Sectorial
 - Especializado
 - Diversificado
 - Integral

Estos dos autores en resumen tienen similares visiones en cuanto a la clasificación de las asociaciones, ya que la primera división se refiere al área en que se desarrolla: producción, estatal, comercialización o servicio; seguido por las funciones que realizan

ya sean de bien para cada asociación o para terceros, y por último tiene que ver con el espacio geográfico donde se reúnen las asociaciones.

Existen otros tipos de estructuras asociativas que es conveniente diferenciarlas: clusters, consorcios de exportación y redes empresariales

- **Clusters:** Es un grupo de empresas e instituciones relacionadas con un ramo de actividad particular, que se concentran en un área geográfica y están unidas por prácticas complementarias. (Antelo, 2007)
En Ecuador un claro ejemplo de cluster reconocido por la ONUDI es el cluster textil de Atuntaqui, el cual ha ido cada vez más creciendo y tomando más mercado tanto nacional como internacional.
- **Consortios de exportación:** Un consorcio de exportación es una alianza voluntaria de empresas (redes horizontales) con el objetivo de promover las exportaciones de bienes y servicios de sus miembros a través de acciones conjuntas.
- **Redes Empresariales:** Las redes empresariales pueden ser redes horizontales, las cuales son alianzas entre empresas de un mismo nivel productivos para alcanzar objetivos comerciales y/o productivos en conjunto; y redes verticales, las cuales son alianzas entre proveedores y sus clientes. (Russo, Dini Marco, & Ackermann, 2010)

En este marco, analizando los diversos tipos de asociaciones que se pueden crear, el más apropiado para que se plantee entre los productores de aguacate de la Zona Nor-Central de Pichincha, sería el de cluster, ya que se unirían según el dominio que trabajan y también geográficamente, y además las entidades gubernamentales que les auspician

en este caso el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha (GADPP) el mismo que continuaría apoyándolos.

1.5 La asociatividad dentro del Plan Nacional del Buen Vivir y la Economía Popular y Solidaria

Con el Plan Nacional del Buen Vivir y la Ley de Economía Popular y Solidaria, se busca transformar la matriz productiva del país, fortaleciendo diferentes ejes de la economía ecuatoriana proponiendo diferentes o variadas formas de organización para la producción y comercialización de productos, como la Asociatividad.

Con la unión de estos pequeños productores se plantea generar una mayor oferta exportable, mejor poder de negociación en cuanto a precios, para que de esta manera los pequeños productores incrementen su rentabilidad y beneficios, planteándose objetivos y metas comunes para el progreso de la economía de su localidad y en sí de la economía ecuatoriana.

Se pretende también lograr que las Mipymes adopten nuevas estrategias de producción, industrialización y comercialización, para así transformar la economía extractivista que mantiene hasta ahora el Ecuador, por una economía industrializada, exportadora de bienes finales y no solo materia prima, logrando con esto mejores ingresos para el país.

Según establece el artículo 383 de la Constitución de la República: “(...) “El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores

cooperativistas, asociativos y comunitarios” (ASAMBLEA, CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008)

Con respecto a la producción y las formas de organización y gestión, la Constitución de la República en el artículo 319, estipula que “Se reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, y autónomas y mixtas (...)” (ASAMBLEA, CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008)

A partir de la vigencia de la Constitución de la República del Ecuador, en el año 2008, se tomó en cuenta diversas formas de organización para incentivar a los pequeños productores a trabajar de manera asociativa, con la finalidad de obtener accesibilidad a nuevos y más grandes mercados cubriendo de esta manera un mayor porcentaje de la demanda ecuatoriana e incluso adentrarse así en mercados extranjeros.

Uno de los ejes fundamentales para la transformación de la matriz productiva del Ecuador, es el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), el cual establece diferentes parámetros que ayudan al mejoramiento continuo y sustentable de la economía.

El plan Nacional en vigencia tiene varios objetivos, dentro de los cuales se ha dado mayor importancia al fomento de la asociatividad como mecanismo de ayuda para los pequeños productores, que forma parte de las revoluciones que se plantea el Gobierno Nacional, que son: "la equidad, el desarrollo integral, la Revolución Cultural, la Revolución Urbana, la Revolución Agraria y la Revolución del Conocimiento" (PNBV, 2014)

Diferentes objetivos comprendidos dentro del Plan están destinados a la asociatividad tales como los que se citan a continuación:

- Generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza.
- Generar incentivos para la asociatividad, en particular para la reagrupación parcelaria de minifundios, la adquisición de tierras y el acceso a insumos y recursos para la producción a organizaciones de la economía popular y solidaria, considerando la vocación productiva de los territorios.
- Democratizar los medios de producción, generar condiciones y oportunidades equitativas y fomentar la cohesión territorial.
- Fortalecer y ampliar las formas de propiedad cooperativa, asociativa y comunitaria como medio para democratizar el acceso a la riqueza y a su generación, mediante el fomento de la producción.
- Garantizar el Buen Vivir rural y la superación de las desigualdades sociales y territoriales, con armonía entre los espacios rurales y urbanos.
- Crear y fortalecer mecanismos justos de encadenamiento productivo de la agricultura familiar campesina y medios alternativos de comercialización, promoviendo y fortaleciendo la asociatividad y la soberanía alimentaria, con principios de igualdad, equidad y solidaridad.

La Economía Popular y Solidaria busca primordialmente mejorar las condiciones de vida de la población que se encuentran regidas y amparadas en esta ley, orientándose principalmente al buen vivir y cuidado de la naturaleza.

Con respecto a las diferentes formas de organizaciones que se encuentra fomentando en el Ecuador hasta la actualidad, la economía popular y solidaria integra e incluye diferentes sectores como son: el comunitario, asociativo y cooperativista.

En el artículo 18 de esta ley define al Sector Asociativo como:

“El conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.” (Ministerio, 2012)

Se puede destacar que la Economía Popular, según un estudio realizado en el año 2009, genera el 60% de total del empleo a nivel nacional. El 55% del empleo en el área urbana es generado por la economía popular. El 71% de éste empleo se encuentra concentrado en el sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, el 14% en el sector de manufactura, el 9% en vivienda y el 6% en turismo.

El 66,8% del total de UPAS a nivel nacional de 0 a 5 has proveen el 65% de alimentos de consumo básico. (SOLIDARIA, 2009)

Conforme los resultados presentados estadísticamente en el párrafo anterior, se reconoce la importancia de las Mipymes dentro de la economía ecuatoriana puesto que estas brindan un gran porcentaje de plazas de empleo, y además satisfacen gran parte de la demanda del mercado interno.

1.6 El Comercio Exterior y Código Orgánico de la Producción en marco del Plan Nacional del Buen Vivir

La asociatividad es uno de los mecanismos que ayudan a pequeños productores o pequeñas empresas a alcanzar mayores objetivos y metas, cuando estas se unen con otras

de su mismo sector o de uno diferente para complementar su actividad e incrementar su producción; logrando de esta manera llegar a cubrir de mejor forma la demanda interna, brindando a los consumidores productos de calidad y en mayores cantidades.

Además gracias a la asociatividad, estos productores tienen mayor posibilidad de competir en un mundo globalizado frente a las multinacionales que acaparan el mercado.

En el Ecuador, a partir de la creación de la Constitución en el 2008, ha pretendido incentivar este tipo de asociaciones gracias a los diferentes cambios y la creación de leyes enfocadas al bienestar y desarrollo de las Mipymes, siendo el Plan Nacional del Buen Vivir y la Ley de Economía Popular y Solidaria las guías para lograr los cambios que busca el gobierno actual y que están creados para despertar en los pequeños empresarios, estrategias competitivas que les permitan mejorar los procesos para incrementar la capacidad de producción y dejar atrás el mito o la ideología de muchos, de ser únicamente un país netamente extractivista para dar un giro económico industrializando la materia prima, poder competir en el mercado nacional y adentrarse en el mercado exterior.

En el año 2010 se crea el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, Reg. Oficial 135 del 29 de Diciembre de 2010, con el fin de mejorar las relaciones comerciales con otros países, y a su vez darles un espacio mayor a la Mipymes para incentivarlas a buscar nuevos nichos de mercados en el exterior.

Según lo estipulado en el Art. 3, indica que:

“El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen

Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo (...). (COPCI, 2010)

Mediante la creación del Código Orgánico de la Producción en Inversiones, el gobierno ecuatoriano se enfocó en condicionar de cierta manera las importaciones y plantear reglas también para las exportaciones, a la vez que hace mayor énfasis en la producción nacional con calidad de exportación, otorgando a las Mipymes las facilidades y beneficios para cumplir este objetivo.

A su vez en Art. 5. Del mismo Código, se establece el Rol del Estado, el cual se define como:

“El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.” (COPCI, 2010)

El Código Orgánico de la Producción en Inversiones, en el Artículo 5, establece que para incentivar la inversión productiva, se deberá fomentar:

“La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del

talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel.” (COPCI, 2010)

Dentro de la variedad de beneficios se encuentra la creación de asociaciones como estrategia para incrementar la capacidad productiva y exportable de los diferentes sectores a los que los micro, pequeños y medianos productores pertenezcan.

De igual forma, se centra en las capacitaciones al personal a través del departamento de talento humano para que éstos adquieran conocimiento que permita innovar y generar el ciclo productivo que se adapte a las nuevas exigencias que el mercado internacional exija, con la adquisición de nueva y mejorada maquinaria según los avances tecnológicos los cuales en la actualidad son indispensables dentro de una empresa, sea esta del tamaño que fuere.

1.7 La Cadena de Valor

El concepto de cadena de valor, se ha desarrollado como respuesta a la necesidad para que las empresas cumplan con las exigencias de la demanda de productos especializados de alta calidad (Trejo Téllez, 2011).

El manejo de cadenas de valor, es una respuesta a temas de carácter público y de mercado: contribuyen a reducir la pobreza, pueden enfocarse en el tema de seguridad y soberanía alimentaria, innovación y diferenciación de productos, el manejo de la calidad e inocuidad de los bienes, y la reducción de costos económicos y de transacción y desarrollo de nuevos mercados (Demenus & Crespo Coello, 2011) .

Logrando establecer una cadena de valor sostenible, se pueden desarrollar diferentes estrategias comerciales para competir en el mercado tanto nacional como en el internacional.

Gracias a la cadena de valor podemos identificar de un modo más rápido y preciso, las fallas o cuellos de botella que puede existir en las diferentes fases de producción y departamentos, para de esta manera poder corregir estos errores y mejorarlos permitiendo así que las empresas puedan ser más competitivas en el mercado.

La constitución de la cadena de valor permite que las Mipymes se fortalezcan, permitiendo un mejoramiento sostenible y sustentable, logrando así incluso la transformación de los productos primarios a productos industrializados con un mayor valor agregado, y potenciando de esta manera la capacidad instalada ya sea de la empresa o del grupo asociativo.

Las siguientes características deben tener una cadena de valor según el Consorcio de Gobiernos Provinciales del Ecuador (CONGOPE):

- Estar orientadas por la demanda y la sostenibilidad, y los actores tienen visión de largo plazo.
- Estar enfocadas en la agregación de valor por calidad, diferenciación y manejo pos cosecha.
- Se caracterizan por la fortaleza de los procesos organizativos y la consolidación de alianzas estratégicas entre actores de la cadena.
- Existe confianza y cooperación entre los actores de la cadena (directos e indirectos), y por lo tanto compromiso con el desarrollo de la cadena.
- El flujo de información entre los actores de la cadena es pertinente, relevante y oportuno, contribuyendo a la transparencia en la relación entre estos actores.

El enfoque de cadena de valor permite potenciar las capacidades de las Mipymes porque:

- Facilita que se asocien capacidades productivas individuales a la cadena de valor, logrando volúmenes de producción y ahorros de costos por eficiencia y escala.
- Facilita resolver colectivamente los problemas de formación técnico-productiva, entrenamiento en habilidades gerenciales y el aumento de la productividad y calidad en las cadenas de valor, iii) favorece el desarrollo del capital social y de las relaciones de cooperación para negociar mejor con clientes, proveedores, socios e inversionistas, y
- Estimula y favorece la formalidad y el desarrollo de buenas prácticas empresariales como una condición para integrarse a la cadena de valor. (Demenus & Crespo Coello, 2011)

En América Latina ya han existido grupos asociativos que han logrado un alto crecimiento manteniendo una cadena de valor sostenible, como es el caso del cluster de soya, cuero, muebles, etc. en Bolivia.

Ecuador a su vez si ha tenido experiencias como es el caso de la Bananera Noboa, que logró un crecimiento gracias al adecuado manejo de la cadena de valor. Otros ejemplos tenemos al grupo asociativo de Cacao ANECACAO, que ha crecido notablemente desde sus inicios, adentrándose incluso a mercados extranjeros logrando un buen posicionamiento en los mismos.

Ese crecimiento económico, cuando la cadena se orienta hacia la inclusión, permite la mejora sostenible del ingreso de pequeños productores, tanto por un mejor acceso al mercado (mecanismos de formación de precios, sellos especiales, condiciones de pago), como por el incremento de productividad, volumen y calidad de sus rubros.

1.8 Capital Social

Se entiende por capital social aquel activo intangible que se manifiesta en la capacidad de confianza, valores cívicos y asociatividad que puede lograr la sociedad. El capital social tiene un peso significativo en las posibilidades de desarrollo económico de las comunidades. Porter (1999)

Desde la perspectiva de la CEPAL 2003, el capital social se define como el “conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, las comunidades y la sociedad en su conjunto” (Linares Colmenares & Loyda Espinosa, 2011)

Para que la asociatividad cumpla su vision, el capital social debe ser claramente definido y establecido entre sus miembros, ya que las empresas no van a ser identificadas individualmente sino de manera unificada en este ámbito, por lo tanto, el nivel de confianza entre sus accionistas debe ser lo suficientemente fuerte que les permita alcanzar las metas y objetivos comunes en beneficio de todos quienes integran la asociación.

Para los productores de aguacate, quienes proponen la creacion de un modelo asociativo eficiente y eficaz, el capital social es un punto clave dentro de la confomación, ya que si se logra establecer de manera conjunta, con el aporte y apoyo de sus miembros, la industrializacion y exportacion del aceite de esta fruta es un objetivo que se pretende conseguir, incrementando su rentabilidad y los beneficios en general.

Las Mipymes, especialmente las informales, incurren en costos porque tienen una limitada disposición a la cooperación empresarial, escasa confianza mutua y poco espíritu colaborativo (asumiendo además los costos de transacción

inherentes a su propia informalidad, por estar expuestas a la inseguridad, persecución y corrupción de las autoridades. (Deménius & Crespo Coello, 2011)

Uno de los alcances que se tiene con el aporte de capital de los accionistas, es el bienestar común, ya que además de incrementar la competitividad, genera un ambiente de confianza dentro del cual, la colaboración mutua, el intercambio de conocimientos y técnicas de producción hacen que el individualismo se elimine de este nuevo proceso del cual forman parte como un equipo de trabajo.

Para los productores de la zona Nor-Central de Pichincha, la formación de una asociación implica que esta debe cubrir y superar el porcentaje de capital social que se requiere. Precisamente para evitar incurrir en estos gastos, se requiere de un capital social sólido que refleje la confianza de sus integrantes y poder destacar que el modelo asociativo es el idóneo, competitivo, sustentable y acorde a los requerimientos del mercado.

1.9 Internacionalización de empresas

El objetivo principal de toda empresa es para lograr permanecer en el mercado y a su vez expandirse en el mercado local y sobre todo en el mercado internacional, a lo que se denomina internacionalización, ya que a través de este mecanismo puede ingresar a nuevos mercados más grandes y de esta manera tener la opción de también diversificar sus productos.

La estrategia de Internacionalización puede analizarse como un caso particular de la expansión cuando únicamente constituye una simple extensión territorial del negocio que se estaba desempeñando en el mercado nacional o como un caso diversificación si

añaden nuevos productos en nuevos mercados internacionales. (Martha, Carlos, & Diana, sn).

Según (Canals, 1994), los objetivos de internacionalizar una empresa son:

- Apertura de nuevos mercados.
- Costes de producción más bajos.
- Una estructura de la producción y la distribución de la empresa más eficiente.

La apertura de mercados es una gran opción para la asociación que se va a crear, ya que en el Ecuador no existe una gran nicho de mercado de consumidores de Aceite de Aguacate, es por eso que al aperturar el mercado en Francia se podrá obtener más réditos.

En el segundo punto en cuanto a los costos de producción, en efecto serán más bajos, ya que se producirá más cantidad de producto lo que hace que se abaraten costos.

Para poder internacionalizar la empresa se debe tener un modelo logístico eficiente para poder cubrir con la demanda que exige el mercado internacional. Para lo cual es necesario que la empresa tenga como su objetivo el JUST IN TIME (justos a tiempo).

- **Exportación**

La exportación es uno de los métodos para la internacionalización de una empresa, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua el término exportar es: Vender géneros a otro país.

Cada empresa debe poder elegir cuál será el mejor método para poder dar a conocer su producto, la opción por la que más optan las empresas para poder expandirse en el ámbito internacional es la exportación de sus productos.

La mayoría de las empresas participan más en exportación e importación que en cualquier otro modo de operación internacional. Esto es especialmente cierto para las empresas pequeñas, aunque participan menos en la exportación que las empresas grandes. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2007)

En efecto, la exportación es de gran ayuda para las pequeñas empresas, es por esto que el gobierno ecuatoriano a través del modelo de cambio de la matriz productiva, ha impulsado a estas empresas a optar por la exportación de sus productos, otorgándoles asesoramiento en sus proyectos a través de entidades como: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR, Ministerio de Comercio Exterior y Ministerio de Industrias.

Según (COPCI, 2010) la Exportación es un régimen aduanero, lo cual lo estipula en el artículo 158 que la Exportación Definitiva es:

El régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente. La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

1.10 Antecedentes

1.10.1 Aguacate

El aguacate pertenece a la familia de las LAURACEAS, género PERSEA y especie AMERICANA.

Árbol de América, de la familia de las Lauráceas, de 8 a 10 metros de altura, con hojas alternas, coriáceas, siempre verdes, flores dioicas y fruto comestible. (Española, 2001).

El fruto de aguacate se clasifica botánicamente como una baya que comprende la semilla y el pericarpio, que se separa en (a) la piel o el exocarpio, (b) carne o mesocarpio, y (c) la capa delgada al lado de la cubierta de la semilla, el endocarpio. (Seymour & Tucker, 1993)

El aguacate es una planta originaria de América Central y México, en el Ecuador, gracias a su evolución genética silvestre se ha adaptado a condiciones de clima cálido y templado del litoral, así como a los valles subtropicales de la Sierra interandina. Las primeras plantas o semillas debieron haber sido traídas por los aborígenes centroamericanos en sus viajes hacia el sur o por los colonizadores españoles que vinieron a Sudamérica.

Las primeras introducciones de variedades comerciales se produjeron por el año de 1954, a la granja “La Pradera” del MAG de Imbabura, ubicada en Ibarra, desde donde se distribuyeron al resto de las provincias de la Sierra ecuatoriana.

- Razas

Las razas de aguacate son las siguientes:

Guatemalteco: Caracterizado por un pedúnculo cónico, con hojas sin olor especial, con frutos que pesan entre 250 g. a 2,5 kilogramos, con corteza gruesa dura y con un contenido de aceite mediano (12 a 18 %).

Mexicano: Presenta un pedúnculo totalmente cilíndrico, sus hojas tiene olor a anís con frutos de menos de 250 g. de corteza delgada lisa y con una pulpa rica en aceite (18 a 28%).

Antillano: Con pedúnculo cilíndrico en el ápice y cónico en la base, sus hojas sin olor especial, con frutos que van de 250 g. a 2.5 kilogramos, con corteza coreácea lisa y con un contenido de aceite bajo (6 a 12 %). Crece mejor en zonas calientes, desde el nivel del mar hasta los 600 msnm.

Tabla 1
Razas de Aguacate

CARÁCTER	MEXICANA	GUATEMALTECA	ANTILLANA
HOJAS			
TAMAÑO	Más chicas puntadas	Más grande	Más grandes
Olor molidas Sup. Inferio	Anís Sin vellos	Sin olor Más velludas	Sin olor Más velludas
FLORES			
SUPERFICIE EPOCA	Más velludas Más temprana (otoño principio de primavera)	Sin vellos Más tardía (primavera)	Sin Vellos Más tardía
FRUTO			
TAMAÑO	Chico a medio	Medio a grande	Chico a grande
CÁSCARA	Delgada, membranosa, lisa (0.8 espesor)	Gruesa, dura, leñosa (1,5 a 6,5 mm espesor)1	Algo gruesa, dura, cueruda (1,5 mm espesor)
CONTENIDO DE ACEITE	18 a 26 %	8 – 20 %	5 a 10%

Fuente: (Gardiazabal, 1991)

- Variedades

Tabla 2

Variedades del Aguacate “Fuerte”

Características:	<ul style="list-style-type: none"> • Aguacate de buena calidad con piel suave
Descripción:	<ul style="list-style-type: none"> • Semilla de tamaño medio • Se pela fácilmente • Buen sabor
Tamaño:	<ul style="list-style-type: none"> • Mediano a grande. Entre 5-14 oz.
Aspecto:	<ul style="list-style-type: none"> • Piel verde y delgada, con superficie suave. • Su pulpa es cremosa y de color verde pálido.
Características maduración:	<ul style="list-style-type: none"> • Piel se mantiene verde.
Manejo:	<ul style="list-style-type: none"> • Se comporta bien en bodegas y barcos. Responde a tratamiento de etileno.
Etapas del año:	<ul style="list-style-type: none"> • Principios de agosto hasta fines de octubre.

Fuente: (Gardiazabal, 1991)

Tabla 3

Variedad del Aguacate "Hass"

Características:	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocida por su piel que varía de verde a morado negruzco al madurar.
Descripción:	<ul style="list-style-type: none"> • Forma ovalada. Semilla de tamaño pequeño a mediano. Se pela fácilmente. Buen sabor
Tamaño:	<ul style="list-style-type: none"> • Rango mayor. Promedio mediano a grande. 5-12 oz.
Aspecto:	<ul style="list-style-type: none"> • Piel granulosa y delgada, pero flexible. Pulpa es verde pálida con una textura cremosa.
Características maduración:	<ul style="list-style-type: none"> • Piel se oscurece, sensible a la presión cuando madura.
Manejo:	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente vida en bodega. Se almacena de forma sobresaliente en barcos. Excelente respuesta al proceso de etileno.
Etapas del año:	<ul style="list-style-type: none"> • Único Aguacate de todo el año.

Fuente: (Gardiazabal, 1991)

Descripción de la planta.-**Figura 1. Zona de Perucho**

El árbol de aguacate está formado por un tallo de estructura leñosa que alcanza hasta los 12 mts. de alto en su hábitat natural.

La raíz es de tipo pivotante también muy ramificada, que es bastante extendida y poco profunda con un típico color café oscuro. La zona alcanzada por las raíces ocupa un área mayor que la proyección de la copa.

Las hojas son enteras, pubescentes y rojizas cuando jóvenes, volviéndose lisas, coriáceas y verde oscuras cuando están maduras, momento en el cual alcanzan una longitud entre 16,6 a 20 cm. Y un ancho entre 6,5 a 8,5 cm.

- **Propiedades**

El aguacate es considerado uno de los alimentos más saludables del planeta, ya que contienen más de 25 nutrientes esenciales, incluyendo las vitaminas A, B, C, E, y K, cobre, hierro, fósforo, magnesio y potasio.

Por otra parte, el aguacate es una de las frutas con más alto contenido en calorías que podrías comer. Esto es debido a sus grandes cantidades de contenidos grasos, aproximadamente 20 veces mayor que el promedio de otras frutas. A pesar de que el aguacate tiene un alto contenido en grasas, estas grasas no son malas, ya que su contenido sobretodo se basa en grasas monoinsaturadas, que son la variedad más saludable que hay. (ALIMENTOS)

- **Beneficios del aceite de aguacate**

El aguacate tiene un sin número de beneficios para salud y belleza, según un artículo relacionado con este fruto la página web www.alimentos.org.es, los cuales se citan a continuación:

- Mantiene un corazón saludable
- Reduce el colesterol
- Controla la presión arterial
- Propiedades antiinflamatorias.
- Promueve la salud ocular.
- Regula los niveles de azúcar en la sangre
- Previene defectos de nacimiento
- Reduce el riesgo de accidentes cerebrovasculares
- Antienvejecimiento

- Quita el mal aliento
- Aumenta la absorción de nutrientes
- Cuida de la piel

1.11 Producción del aguacate

1.11.1 Mercado local

De acuerdo a los datos obtenidos por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, en el III Censo Agropecuario Nacional realizado en noviembre del 2012 se divide en dos grupos “Solo” y “Asociado”, el primero representa los cultivos netamente dedicados a la producción de aguacate, y el segundo grupo se encuentran los cultivos asociados con más de un producto, es decir que no solamente se podrá cultivar aguacate, sino que también otras frutas, hortalizas y demás productos en el mismo terreno.

Tabla 4

Producción de los Cultivos de Aguacate en Pichincha

	SOLO	ASOCIADO
UPAS(Unidades Productivas Agropecuarias)	2.990	3.890
# DE HECTÁREAS	2.290	5.507

Fuente: III Censo Agropecuario Nacional, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

Las UPAs (Unidades Productivas Agropecuarias) dedicadas a la producción de aguacate “Solo” fueron 2.990 las cuales tuvieron una superficie sembrada de 2.290 ha.; en el caso de la producción de aguacate en forma asociada, en el año 2012 habían 3.890 UPAs con una superficie sembrada de 5.507 ha.

Según CORPEI (2001) la estacionalidad en la producción de aguacate no es tan pronunciada. La mayor producción ocurre entre Diciembre y Marzo, con un ligero pico en Febrero y Marzo y con muy poca disponibilidad entre Junio y Septiembre, en la región interandina.

1.11.2 Siembra

Se deben utilizar semillas de tamaño grande, provenientes de árboles criollos y preferiblemente del mismo clima o piso térmico de la futura plantación. Esta semilla se debe recolectar de frutas sazonadas o maduras, cosechadas directamente del árbol y nunca de frutas caídas o recogidas del suelo, para así evitar al hongo *Phytophthora*.

Una vez colectada la semilla se puede desinfectar sumergiéndola en agua caliente a 48 – 49 grados centígrados por 30 minutos. Es importante que la temperatura del agua no pase de 50 grados centígrados pues se reduce la germinación.

1.11.3 Cuidado

Los viveros de aguacate deben estar ubicados en lugares resguardados del frío, vientos e insolaciones mediante la cobertura con techos a base de mallas plásticas, caña, hoja, etc.

El cuidado de las plantas en esta fase es muy importante, se les debe proporcionar humedad y fertilización adecuadas, hasta que se cumpla aproximadamente un año.

En las primeras etapas del crecimiento de las plántulas es necesario realizar la poda de formación y posteriormente las podas de mantenimiento y si es necesario hacer las podas de renovación.

1.11.4 Cosecha

Para la cosecha es manual por lo que es necesario disponer de escaleras o pie de gallo, tijeras o alicates, cajón para recolección de aproximadamente 19 Kg., de capacidad. La recolección debe realizarse sin que los frutos sufran golpes o lesiones que disminuyan su valor comercial.

Los cosechadores deben estar provistos de morrales (bolsa que se cuelga del hombro) de cosecha y la recepción de la fruta debe hacerse en los cajones plásticos ya mencionados, para evitar golpes y raspaduras que luego serán entrada de infecciones que deterioran la fruta en tránsito a los mercados.

1.11.5 Proceso de industrialización del aguacate en aceite

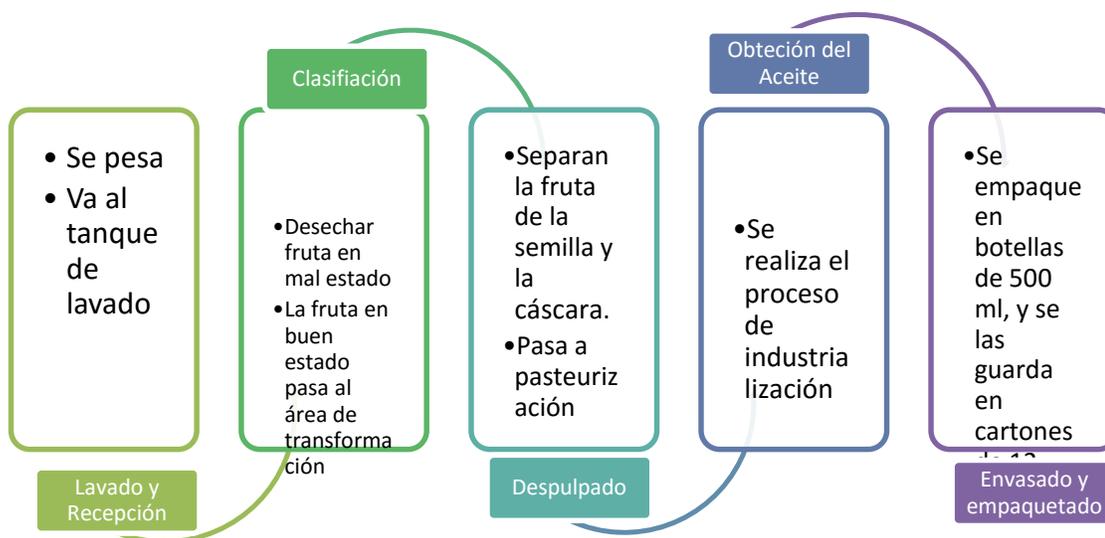


Figura 2. Proceso de producción del Aceite de Aguacate

Para poder obtener el aceite de aguacate de debe realizar 5 etapas: El Lavado y Recepción de la Fruta, Clasificación, Despulpado, Obtención del Aceite y finalmente el Envasado y etiquetado. A continuación se encuentra de manera más detalla cada proceso.

➤ Recepción y lavado de la fruta

- Se pesa la fruta como llega.
- Se descarga en la tolva que conduce a una banda en que se separa basura, fruta golpeada o en proceso de descomposición, ramas, etc.

- La banda conduce al tanque de lavado de inmersión con un desinfectante, el mismo que es de acero inoxidable, con capacidad de 300 litros, para luego ser elevado al otro extremo por la banda, donde elimina el agua.

➤ **Clasificación de la fruta**

La banda pasa por mesas laterales donde están ubicadas las clasificadoras (4) que a mano realizan la operación de clasificación por tamaño y calidad, colocando la fruta en recipientes diversos para cada calibre.

Se dividirá la fruta destinada para la venta al mercado nacional como fruta y el resto de la fruta continúa hasta el área de transformación.

➤ **Despulpado y pasteurizado**

Esta actividad se la inicia con trabajadoras manuales que parten el fruto, retiran la semilla y con un utensilio en forma de cuchara separan la fruta de la corteza. El producto se lo ubica en recipientes con capacidad de 50 Kg hasta completar 500 Kg en total, los que se depositan en la despulpadora que tiene una capacidad de 500 Kg/hora, construida en acero inoxidable, con tamices de orificios de 1.5mm y 2mm.

Luego el producto pasa a la Marmita de Pasteurización, cuyo cuerpo es un tanque de acero inoxidable con fondo esférico construido con láminas de 3,0 mm el mismo que cuenta con una cámara de calentamiento también esférica, de capacidad suficiente para lograr la pasteurización de la pulpa, construida en lámina de acero inoxidable de 2,0 mm.

En este punto se enfría el producto y se añaden el antioxidante y el preservantes, como el ácido sórbico, ácido cítrico o el producto específico que determine el importador, así como aliños o saborizantes u otros productos específicos solicitados.

➤ **Empaquetado y embalaje de pulpa o trozos**

Si el importador considera la posibilidad de recibir aguacate en trozos, las trabajadoras manuales que separaron la pulpa del fruto realizarán fraccionamientos que luego serán depositados en tanques plásticos con capacidad de 50, 100 o 200 Kg, conteniendo salmuera, preservantes y antioxidantes para su exportación.

En cambio, la pulpa obtenida y pasteurizada se le empaca en moldes con capacidad de 1, 2 o 5 Kg, que luego se los deposita en tanques de salmuera (1,2 m x 4 m) para ser sacados a continuación y almacenados en el cuarto frío a -18°C hasta su exportación.

También se puede embalar la pulpa en tanques plásticos de 50, 100 y 200 Kg, que también se deben almacenar en el cuarto frío a la temperatura indicada.

➤ **Obtención de aceite – extracción al frío**

Para la obtención de aceite se debe realizar el siguiente proceso:

La pulpa obtenida es mezclada y agitada en una marmita para homogenizar la pulpa y llevarla a la temperatura de extracción 50%. El prensado en frío a temperaturas de 50°C garantiza que no se presenten datos y cambios en los nutrientes del aceite. (BIOCATE)

La etapa del centrifugado separa el aceite del resto de la fruta, con no más del 1% de acidez y después de terminado el proceso será transportado por unas tuberías que conllevan el líquido hacia unos estanques de acero inoxidable al ambiente inerte para mejor calidad, luego se debe bombear por un filtro de algodón descartable y se envasa en botellas de vidrio oscuro para evitar la oxidación por la luz ultravioleta (Escobar, 2011)

Posterior a estos procedimientos se procede finalmente al envasar en botellas 500ml.

De acuerdo al Centro de Investigación Científica y Tecnológica de la empresa Uyama Farms, la cantidad de producción es la siguiente.

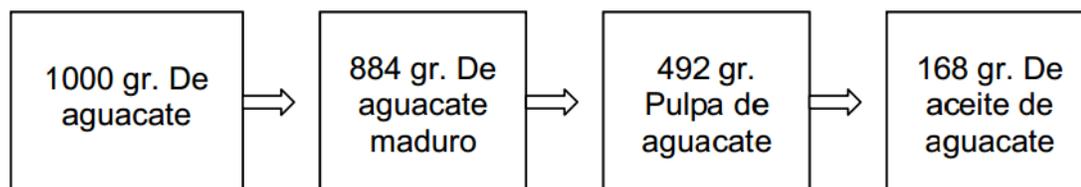


Figura 3. Cantidades de Producción de Aceite

Fuente Empresa Uyafarms

Según la imagen presentada se puede destacar que con 1 Kilo de aguacate podemos obtener 168 gramos de Aceite, es decir que para producir un litro de aceite, se necesitaría aproximadamente 6 kilos de aguacate en fruto.

CAPITULO II

DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE ECUADOR

2.1 Macroentorno

2.1.1 Factor político

Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

El objetivo del sistema de preferencias generalizadas (SPG) es ayudar a los países en vías de desarrollo a reducir la pobreza ayudándolos a obtener ingresos a través del comercio internacional gracias a preferencias arancelarias. En esta Comunicación, la Comisión expone los principios en los que deberán basarse los Reglamentos futuros, en el periodo 2006-2015, para alcanzar este objetivo. (UE U. E., 2008)

En concreto, propone mejorar el sistema actual (SPG para el periodo 2002–2005) en determinados sectores: simplificar el SPG (reduciendo las cinco disposiciones distintas actuales a tres), concentrar los beneficios en los países en vías de desarrollo más necesitados, fomentar la cooperación regional, reforzar los beneficios adicionales del SPG sobre el desarrollo sostenible y la gobernanza, etc. (UE U. E., 2008)

El sistema de Preferencias arancelarias, permitió que los productos de exportadores ecuatorianos accedan al mercado europeo con preferencias arancelarias, eliminando así ciertas barreras al comercio exterior, además este acuerdo fue beneficioso para los sectores productivos del Ecuador, ya que pudieron mantener y aumentar su capacidad productiva y exportadora.

Ecuador, debido al progreso en su economía, ya no se encuentra apto para continuar recibiendo las preferencias que otorga el SGP para países de bajo desarrollo económico es por este motivo que Ecuador, por medio del Ministerio de Comercio Exterior, ha estado realizando múltiples reuniones para realizar negociaciones con la Unión Europea, y lograr firmar un Acuerdo equitativo, es así que el 17 de Julio de 2014, el Ministro de Comercio Exterior, Francisco Rivadeneira, finiquitó un Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea.

Dicho acuerdo permite que Ecuador y la Unión Europea se complementen en temas de comercio exterior e inversiones, beneficiándose así de preferencias arancelarias para el ingreso al mercado europeo.

Una vez firmado este Acuerdo, el Ministro Rivadeira expreso lo siguiente: “Después de casi cuatro años de trabajo, finalmente hemos cerrado hoy un acuerdo equilibrado con la Unión Europea, que potencia al máximo las oportunidades, reduce a su mínima expresión los costos, respeta el modelo de desarrollo del país y permite proteger a nuestros sectores sensibles. He cumplido con mi conciencia y mis principios” (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

El acuerdo firmado entre la Unión Europea, se encuentra directamente relacionado con la evolución y ejecución del proyecto, de exportación del aceite de aguacate, ya que la asociación se beneficiaría de estas preferencias, ingresando así con mayor facilidad al mercado europeo, y en este caso específicamente a Francia.

2.1.2 Factor económico

La economía ecuatoriana se ha caracterizado principalmente por ser netamente extractivista, es decir que la mayoría de bienes producidos y exportados al mercado internacional han sido materias primas, sin ningún tipo de proceso de industrialización, es por tal virtud que actualmente el Gobierno Ecuatoriano se encuentra impulsando proyectos que ayude al cambio de la Matriz Productiva del país.

Transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos del país, el que permitirá al Ecuador superar el actual modelo de generación de riquezas: concentrador, excluyente y basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de las y los ecuatorianos. (SENPLADES, 2012)

Gracias a esta visión que tiene el Gobierno, se plantea ayudar a los productores, micro, pequeñas y medianas empresa, brindándoles capacitaciones, créditos productivos, para que estos incorporen tecnología más avanzada que la existe, para que los productores aprovechen al máximo su capacidad productiva y se fortalezcan, siendo un aporte mayor a la economía ecuatoriana además de generadores de empleo.

Uno de los indicadores que nos ayudan a conocer el crecimiento de la economía, es el PIB. Con respecto a Ecuador, según fuente del Banco Mundial, en los años del 2011 al 2013 ha tenido altos y bajos, obteniendo su mayor crecimiento en el año 2011 con 7,8 %, disminuyendo para el 2012 con 5.1% y al final en el 2013 con 4.6%.

A su vez Francia a pesar de ser ya un país desarrollado, su económica a decrecido, es así que en el 2011 obtuvo un crecimiento del 2,0% y en el 2013 de tan solo 0.3%.

La economía de Francia es realmente apropiada para el desarrollo del proyecto, ya que si comparamos el PIB per cápita de Ecuador que es de 6.322,3 dólares en el 2014 al de Francia que es 42.732, 60 dólares en el mismo año, este último es 10 veces mayor, lo cual resulta beneficioso para poder exportar nuestro producto a este país.

Otro de los factores económicos que se deben tomar en cuenta para el proyecto es el índice de inflación, el mismo que refleja la variación existente anualmente para la adquisición de determinados los bienes y servicios.

Ecuador tiene una tasa de inflación más alta que la de Francia, es así que en el año 2012, 2013 y 2014 obtuvo 5,1% -2,7%-3,6% respetivamente, en cambio Francia en el año 2012 tuvo una inflación de 2,0% disminuyendo para el 2013 al 0,9% y para el 2014 de 0,5%. (Banco Mundial)

Analizando los factores antes mencionado, Francia se encuentra con un poder adquisitivo relativamente elevado, debido a que su tasa de inflación es relativamente bajo y estable, a su vez el PIB per cápita es alto, lo que es óptimo para la realización del proyecto de exportación de aceite de aguacate a dicho país.

Otro de los factores a considerar es el poder adquisitivo de las personas, ya que al ser un producto gourmet va a por ende tener un mayor costo que los aceites comunes.

2.1.3 Factor demográfico

En cuanto a los factores demográficos que se han considerado necesarios analizar para el proyecto, es la población estos indicadores son necesarios debido a que podremos considerar primero el número de personas a las que podemos vender nuestro producto y además de los ingresos que perciben que nos permiten considerar el poder adquisitivo.

Según datos obtenidos de Eurostat (UE U. E., 2014) en Francia hay actualmente 65.578.819,00 habitantes, lo cual representa aproximadamente el 300% más que los habitantes del Ecuador (10.085.401 hab) (INEC, 2014).

Al tener mayor número de habitantes en Francia, por ende es mayor el mercado objetivo al que se planea llegar con el producto.

2.2 Microentorno

2.2.1 Competencia en Ecuador

- UYANAFARMS

La competencia directa e interna que tiene actualmente la Asociación, para lo que tiene que ver la venta y exportación del Aceite de aguacate desde el Ecuador es la empresa Uyama Farms, liderada por Mauricio Dávalos, ubicada en el Cantón Mira, en la provincia del Carchi.

“La hacienda Uyama Farms es una fábrica procesadora del aceite, en el predio están sembradas alrededor de 40 hectáreas de un total de 80 que tiene la hacienda con dos variedades de aguacate que son el fuerte y el hass desde el cultivo hasta la cosecha se utiliza tecnología de punto como son viveros para plántulas e

injerto, riego por goteo asociación de cultivos y cultivos siguiendo las curvas de nivel. Semanalmente se cosecha un promedio de 8 mil kilos del aguacate con lo que para esta actividad se cuenta con 56 empleados oriundos de diferentes localidades como son de San Isidro, Mira, La Portada y de Cotacachi”. (Gobierno Autono Descentralizado de Mlira, 2011)

Actualmente este exportador, se encuentra vendiendo sus productos a Nivel Nacional, en Supermaxi, Fybeca y un local en Mira, y También recientemente se adentró en el mercado francés, que es nuestro mercado potencial.

En cuanto a países competidores, uno de los principales vendedores de este producto es México, que es especializado y produce en grandes cantidades.

2.2.2 Competencia en Francia

- HUILERIE CROIX VERTE

La empresa Huilerie Criox Vert, con sede en una población francesa llamada Saumur, es uno de los pocos molinos restantes que perpetúa el sabor casero de aceites, fue creada a finales del siglo XIX. El Molino de Aceite Cruz Verde a través de su marca “La Tourangelle” ha logrado conservar los aceites de sabor espíritu tradicional en Francia, sino también a reinventar la introducción de nuevos sabores de todo el mundo.



Figura 4. Aceite de Aguacate de empresa Huileries “Croix Vert”

Fuente (La Tourangelle)

Esta empresa comercializa su producto de 250 ml a 5.99 Euros, aproximadamente 6.50 dólares, a su vez, para facilitar la compra del consumidor, proporciona la opción de compra en línea, en su página web.

- **HUILERIE BIO PLANET**



Figura 5. Aceite de Aguacate de empresa Huileries “BioPlanet”

Fuente: (Bio Planet)

Es una empresa francesa fundada en 1984, ubicada en Route de Limaux 11150, según una conversación mantenida con un representante de esta empresa, manifestó que la compra de la materia prima lo realizan a Kenia, y el precio referencial por 0.25 L. es de 7.79 Euros.

- Maître Moulinier “Emile Noel”



Figura 6. Aceite de Aguacate de empresa Huileries “Emile Noel”

Fuente: (Emile Noel)

Es una empresa creada en 1966, que distribuye aceites BIO, tiene una gran gama de productos biológicos como el aceite de oliva, de girasol, entre otros.

La empresa obtuvo la certificación bio equitativa (justo) en el año 2003. Además de aceite de aguacate, producen también aceite de girasol, de oliva, entre otros.

2.2.3 Clientes

Los posibles clientes, a quienes se ha analizado, importan aceite de aguacate y se ha tomado contacto vía correo electrónico son los siguientes:

- **La Grande Epicerie de Paris**

La institución ofrece gastronomía parisina gourmands con productos excepcionales, raros o tradicionales.

Cuenta con diversos universos que son los siguientes: Comestibles, Especies del Mundo, la Plaza del mercado, el pescado, el carnicero, Asador , Quesería, Pastelería, Panadería, Chocolate, espacios de lujo, gastronomía italiana e ibérica tés y cafés, Cervecería, Crèmerie y por supuesto la Cueva.

- **Soripa gastronomie**

Es una empresa que distribuye productos a los mejores restaurantes y locales de especias finas en Francia.

Han creado 1300 referencias únicas diseñadas específicamente para los cocineros y amantes de la comida:

- Creador de especias
- Creador Aromas
- Productor de Condimentos
- Proveedor de Aditivos

- Cauvin

Es una empresa creada en 1951, actualmente tiene reputación internacional debido a que ofrece una amplia gama de aceites.

En su cartera de productos tiene alrededor de 40 tipos de aceites, entre los que se encuentra el aceite de aguacate.

Se tomó contacto vía correo electrónico con esta empresa, con el señor Gerard Cauvin, Gerente General, quien presentó interés en la compra de aceite de aguacate, solicitando que el envío se haga en barriles de 190 kg.



Figura 7. Aceite de Aguacate de empresa Huilierie “Cauvin”

Fuente: (Huil Cauvin)

2.2.4 Sustitutos

El principal producto sustituto del Aceite de Aguacate, debido a su alto valor nutritivo ya que según estudios puede ser utilizado como sustituto del aceite de oliva debido a que tiene una composición de grasas similares.

Además estudios demuestran el aceite de aguacate mostró cantidades mucho más altas de vitamina E en el aceite de oliva que en el aceite de aguacate. (Beradategi, Barriuso, Ansorena, & Astiasarán, 2012)

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Planteamiento de investigación

El presente Proyecto busca conocer la factibilidad para la Exportación de Aceite de Aguacate a Francia.

Actualmente, el aceite de aguacate es un producto prometedor para la exportación al mundo y principalmente al mercado europeo por sus características y propiedades nutritivas, sin químicos que afectan la salud, por lo que se espera que el consumo en el mercado francés continúe incrementando, a su vez se busca determinar diversos canales de distribución para posicionarnos en dicho mercado.

3.2 Hipótesis

Debido al incremento del consumo de productos orgánicos que no afecten a la salud y por ende que mejoren la calidad de vida de la población, el proyecto de exportación de Aceite de Aguacate hacia Francia es factible y altamente rentable.

Además con el estudio de mercado se confirmará que existe una demanda insatisfecha en Francia.

Con el desarrollo del proyecto se crearán fuentes de empleo en la Zona Nor-Central de Pichincha y se intensificará la producción local de aceite de aguacate, lo cual ayudará al desarrollo económico en esta zona y del Ecuador.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo general

Conocer la factibilidad para la exportación de aceite de aguacate al mercado Francés, desde la Asociación creada por los productores de la Zona Nor-Central de Pichincha, Determinando la existencia de un mercado potencial español insatisfecho, para incrementar la participación en el mercado de aceite, mediante la incorporación de valor agregado que nos permita tener diferenciación frente a la competencia.

3.3.2 Objetivos específicos

- Determinar los principales productores de Aguacate en la Nor- Central de la Provincia de Pichincha, para de esta manera asociarlos y lograr obtener mayor cantidad de este fruto, para la industrialización y exportación,
- Realizan un estudio de Mercado francés para determinar la demanda insatisfecha
- Definir estrategias de distribución en la comercialización de aceite en Francia.

3.4 Producción zona nor-central de Pichincha

Tabla 5
Producción Zona Nor-Central e Pichincha

	Alchipichi	Puëllaro	Perucho	Chavezpamba	Atahualpa	San J de Minas			Rendimiento	
CULTIVO							Total Ha	PROMEDIO TM/ha	Total TM/año	Época de cosecha
Aguacate	40	50	50	35	2	37	214	150	3210	Nov - Abr

Fuente: GADPP-MAGAP-GAD's Parroquiales

Según un levantamiento de información por parte del Gobierno Autónomo Descentraliza de Pichincha, el Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca y los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales en el año 2013, se ha estimado que las 9 asociaciones que integrarán el proyecto, cuentan 214 Hectáreas que producen aproximadamente 3210 toneladas de aguacate al año.

Tabla 6

Producción de Aceite e Aguacate para Exportación

AGUACATE	30 % para elaboración de aceite	80% Aguacate óptimo kg	50% Pulpa de Aguacate Kg	17% Aceite de Aguacate Litros
3210000	802500	642000	321000	54570

Fuente: Empresa Uyanafarms

3.5 Determinación subpartida arancelaria

Para poder determinar la subpartida arancelaria de una mercancía, se debe realizar el proceso de “Clasificación Arancelaria”

SECCIÓN III: GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL.

CAPÍTULO 15: Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal.

PARTIDA SISTEMA ARMONIZADO 1515: Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente

SUBPARTIDA 151590: - Los Demás

Subpartida francesa 1515.90.99: Sólidos grasas vegetales fijos y aceites y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente, en envases inmediatos > 1 kg , nes (exc . De usos y o técnico industrial grasas y aceites crudos)

3.6 Principales países importadores de subpartida 1515.90

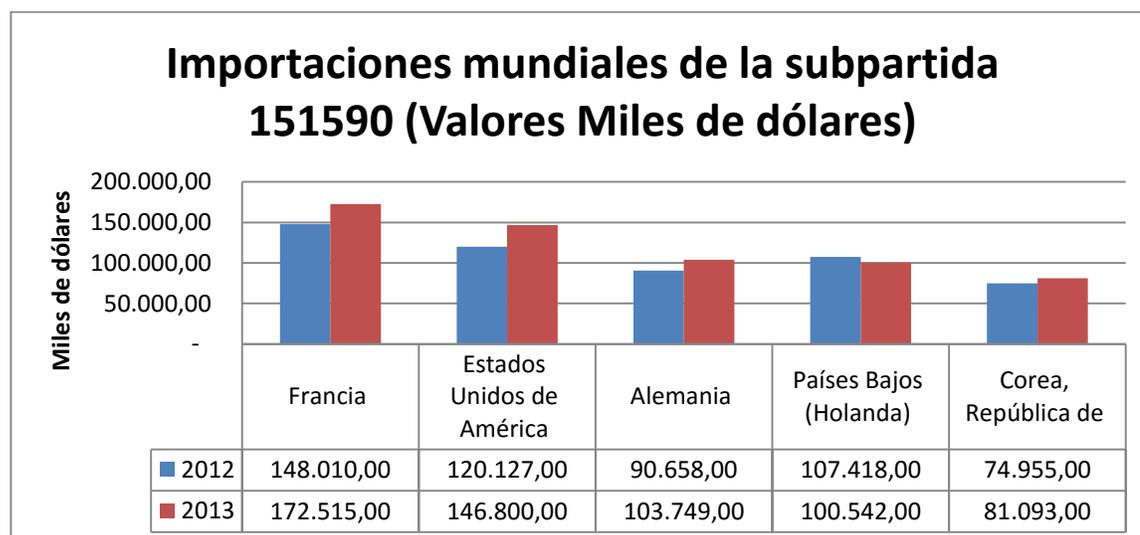


Figura 8. Países importadores de subpartida 1515.90

Fuente: (Trademap)

Los países que mayor demandan el producto de subpartida 15159000 en el 2012 son: Francia a la cabeza con 30.519 toneladas seguido de países como EE.UU, Países Bajos,

Alemania, Corea, Japón, Iraq, Singapur, Italia y Suiza, de los cuales del Ecuador ha logrado exportar a EE.UU, Países Bajos, Japón, Corea e Italia.

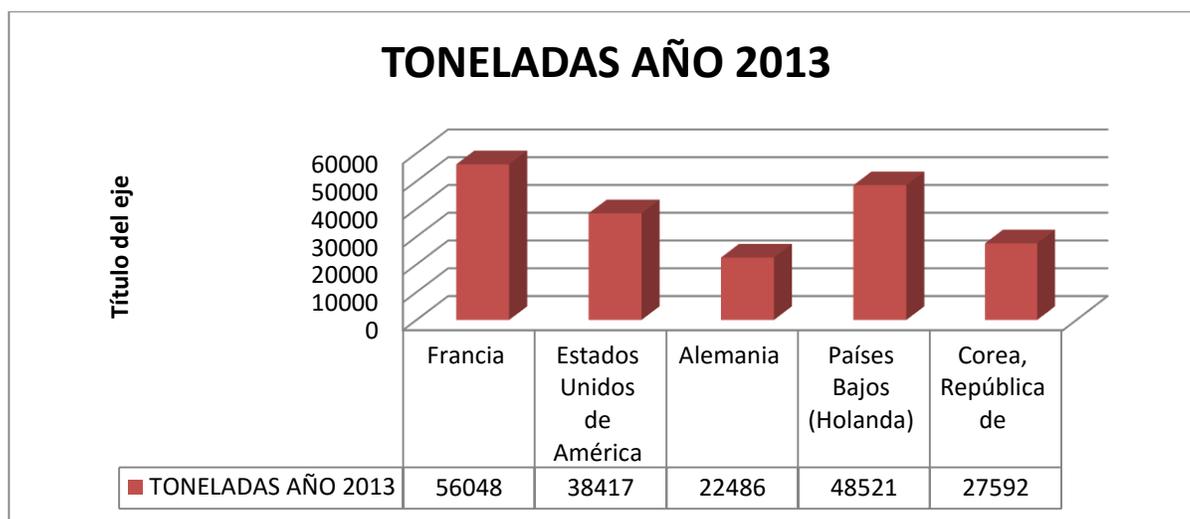


Figura 9. Países importadores de subpartida 1515.90

Fuente: (Trademap)

En lo que respecta a la cantidad de toneladas importadas al año por los principales países, en el año 2013, destaca Francia con un total de 56048 Tn, Estados Unidos 38417 Tn, Alemania 22486 Tn, Holanda 48521 Tn y finalmente Corea con 27592 Tn.

3.7 Análisis de principales países de los que importa Francia de la subpartida 15159099.

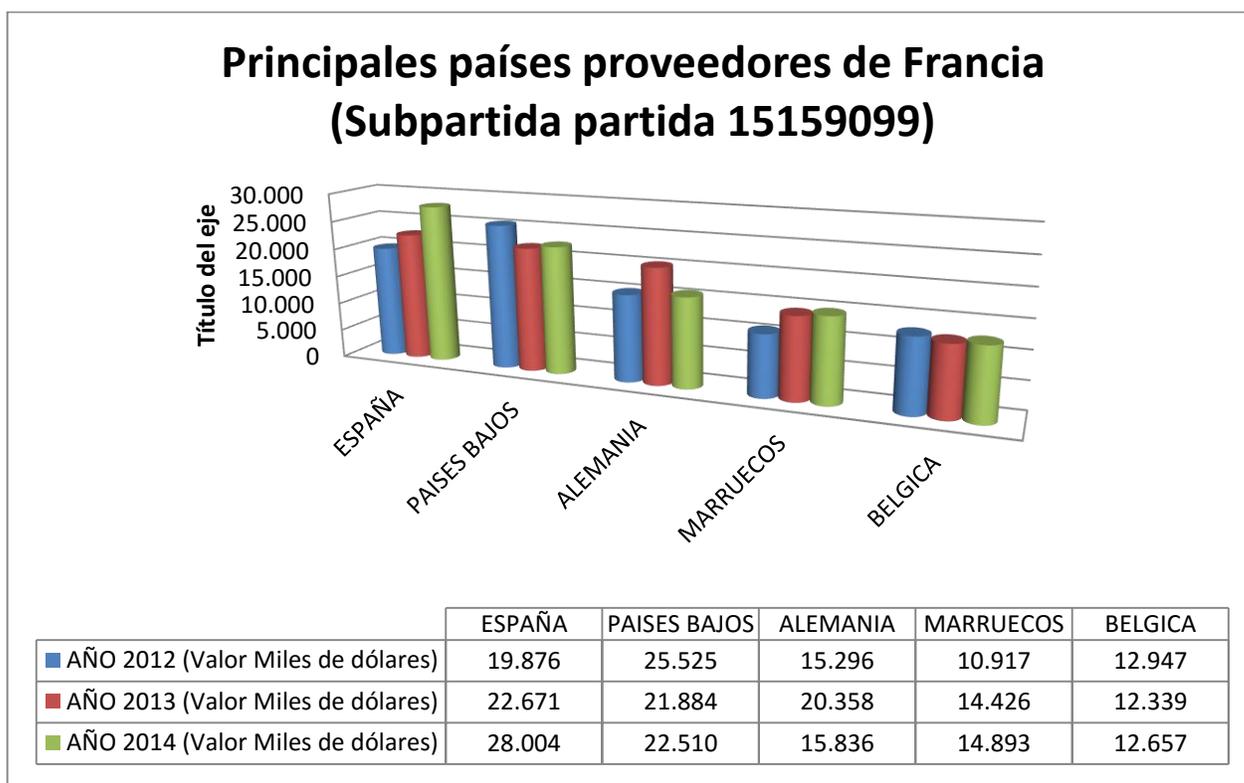


Figura 10. Importaciones de Francia

Fuente (Trademap)

En cuanto a los principales países proveedores, el país del que Francia importa en mayor Valor es de España en el año 2014 de 28.004 (miles de dólares), seguido por Países Bajos del cuál en el mismo año importó 22.515 (miles de dólares), seguido por Marruecas con 15.836(Miles de dólares), y finalmente de Bélgica con 12.657 (Miles de dólares).

Como podemos observar el 80% de los países proveedores de Francia, pertenecen a la Unión Europea.

3.8 Precios de importación

Tabla 7

Precios de Importación Subpartida 151590

PAIS	VALOR/USD
Francia	3,08
Estados Unidos de América	3,82
Alemania	4,61
Países Bajos (Holanda)	2,07
Corea, República de	2,94

Fuente: (Trademap)

Tomando como referencia el precio de compra que tienen los diferentes países que adquieren este producto en todo el mundo, el país con las mejores condiciones de pago es Alemania, que obtiene el aceite por el valor de 4,61 dólares el Kilo, seguido por Estados Unidos a 3,08 dólares y con un valor de 3,08 dólares adquiere Francia este producto, el 4to culgar en cuanto al precio es Corea y en quinto lugar Holanda 2,07..

3.9 Factor de decisión

Tabla 8

Factor de Decisión

		FRANCIA		ESTADOS UNIDOS		PAISES BAJOS		ALEMANIA		ITALIA		SUIZA	
	PESO	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL	CALIFICACION	TOTAL
IMPORTACIONES TOTALES	0,2	5	1	3	0,6	3	0,6	1	0,2	1	0,2	1	0,2
CANTIDAD	0,2	5	1	5	1	3	0,6	3	0,6	1	0,2	1	0,2
PRECIO	0,3	3	0,9	1	0,3	1	0,3	1	0,3	1	0,3	5	1,5
CONSUMO	0,3	5	1,5	3	0,9	3	0,9	3	0,9	3	0,9	1	0,3
TOTAL	1		4,4		2,8		2,4		2		1,6		2,2

Una vez analizado los diferentes factores que influyeron en la toma de decisión para determinar el país que cuente con las condiciones necesarias en cuanto al precio de compra para la exportación, cantidades de exportación, una vez realizado el análisis previo del consumo de aceite de aguacate, se ha llegado a la conclusión que el país más óptimo como nuestro mercado destino es Francia, seguido por Estados Unidos, Países Bajos, Suiza y Alemania.

3.10 Francia



Figura 11. Mapa de Francia

Fuente: Google Maps

Capital: París

Superficie: 632 834 km², 551 695 km² de los cuales en Francia metropolitana

Principales metrópolis: Burdeos, Lille, Lyon, Marsella, Niza, Nantes, Estrasburgo, Toulon, Toulouse

Idioma: Francés

Régimen político: República

Presidente: François Hollande

Bandera: Tres bandas verticales azul, blanco, rojo

Año de entrada en la UE: miembro fundador (1952)

Moneda: Euro, Miembro del espacio Schengen desde 1985

PIB: 2 121 millardos de Euros (5º puesto mundial)

33 152 €/ hab. (oct. 2013)

Población: 65 821 000 habitantes en 2014

Francia posee una economía industrial avanzada y un sector agrario eficiente. Las actividades principales son las industrias automovilística, aeroespacial, química, farmacéutica y electrónica, las tecnologías de la información y la moda.

3.10.1 PIB per cápita de Francia

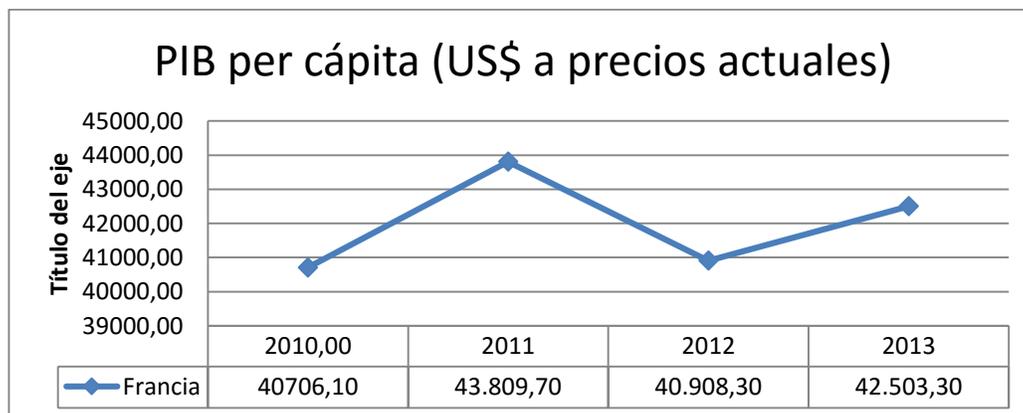


Figura 12. PIB Per Cápita Francia

Fuente: (Banco Mundial)

Estos datos estadísticos demuestran que el PIB per cápita en Francia es elevado, es así que en el año 2011 es de 43.809,70 Euros, siendo este el valor más alto desde el año 2010 al 2013. En el año 2012 tuvo un descenso del 8% (40.908,30euros). Finalmente en el año 2013 tuvo un ascenso del 4% llegando así a un PIB per cápita del 42.503,30 Euros.

Los datos estadísticos acerca del ingreso per cápita de Francia demuestra que su economía estable y tiene la capacidad de adquirir productos de alta calidad y a un precio que supere los 10 Euros que es el precio estimado para aceite de Aguacate.

Al ser un producto gourmet tienen un precio más alto que el aceite tradicional, dadas las condiciones que el mismo presenta y los beneficios que brinda al consumidor.

3.11 Índices de consumo

De acuerdo a las Estadística obtenidas del Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia, en la tabla que detalla el porcentaje de gasto de acuerdo a diferentes ítems, se puede destacar que los ciudadanos francés destinan gasto al rubro de Transporte con 17,4%, seguido por el gasto en Alimentos y bebidas no alcohólicas, lo cual representa el 16,4%, y el tercer con mayor porcentaje es Ocio y cultura con un 9,6%

El gasto de los consumidores en Francia, en cuanto a consumo de Alimentos, en donde encaja el Aceite de Aguacate, es relativamente alto, por lo que nos indica que nuestro producto es accesible para el mercado objetivo.

La economía francesa es sin embargo abierta y posee un importante lugar en el comercio internacional, tanto si se habla de exportaciones como de importaciones. (Página Oficial de Francia, 2014)

Tabla 9**Destinos de Consumo de la Población Francesa**

Destino de Gasto	2013
Alimentos y bebidas no alcohólicas	16,4
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	3,0
Ropa y calzado	5,0
Vivienda, agua , electricidad, gas y otros combustibles	15,7
Mobiliario, equipamiento del hogar y mantenimiento rutinario de la casa	5,9
Salud	1,8
Transporte	17,4
Comunicación	3,3
Ocio y cultura	9,6
Educación	0,7
Restaurantes y Hoteles	6,6
Otros bienes y servicios	14,7
Total	100.00

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia)

3.12 Características de consumo en Francia

Cuando se habla de arte culinario sin lugar a dudas viene a nuestra mente Francia como país sinónimo de la gastronomía que va desde la más simple hasta la de mayor elaboración. A este país concurren chefs profesionales de varias nacionalidades para perfeccionar técnicas culinarias en general y de la repostería más fina y selecta en particular.

Una gastronomía que debió recorrer un largo camino hasta la aparición de la nouvelle cuisine (nueva cocina), donde la característica fundamental se da por la innovación en los platos tradicionales como las salsas más ligeras y el respeto por el sabor de los productos. (Página Oficial de Francia, 2014)

La comida francesa a lo largo de los años se ha destacado por la calidad de su comida gourmet, por lo cual la utilización de diferentes ingredientes en la preparación de la diversidad de platos son de gran importancia, que además de complementar sus comidas, son saludables, tornándose en un punto de interés de los diferentes restaurantes.

Las propiedades del aguacate le confieren un alto nivel nutritivo como fruta fresca; aunque desde hace años se procesa un aceite virgen de aguacate, que tienen características semejantes al aceite de oliva, muy apreciado para el consumo humano y como materia prima en la industria farmacéutica, de cosméticos y en la industria alimentaria. (Pérez-Rosales, 2002)

La demanda de este tipo de aceite en Francia tiene una tendencia creciente como lo hemos analizado en la Tabla N° 8, haciendo que un proyecto orientado a la industrialización de esta fruta y la producción de aceite de la misma resulta ser una gran oportunidad para fomentar la producción nacional ecuatoriana.

La gastronomía francesa es una de las más refinadas de Europa. La cocina y la buena mesa forman parte de la cultura y del estilo de vida de los franceses. (Unión Europea, 2014).

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación, en el año 2005 el consumo mundial de aguacate fue de 2,780 miles/ TM. Del cual la UE cuenta aproximadamente con el 14,67% del consumo mundial. Lo que significa que los europeos se preocupan por tener un estilo de vida más saludable.

Los países que lideran el consumo europeo son: Francia (36%); España (18.32%), y Reino Unido (13.88%).

El precio ha sido tradicionalmente un factor decisivo en el proceso de compra de los consumidores franceses. Sin embargo, la calidad tiene cada vez más importancia para el consumidor francés, que ahora tiende a preferir los productos con sello o marca de calidad.

3.13 Calidad del aceite de aguacate

La calidad del aceite de aguacate está directamente relacionada con el nivel de ácidos grasos del aceite.

La acidez expresada en “ácido oleico es utilizada para distinguir el aceite de aguacate extra virgen de otros aceites de aguacate, un bajo valor de acidez define in proceso de extracción del aceite efectuando inmediatamente después la recolección del aguacate y con métodos naturales y poco agresivos. (Requejo, 2003)

De la misma forma que los ácidos grasos se colapsan, lo ácidos grasos libres se transforman de manera que incrementan la acidez del aceite y degradan su calidad original. La acidez es una medida del porcentaje de ácidos grasos libres en el aceite y esto está directamente relacionado con su pureza. Una mala conservación durante el almacenamiento a largo plazo puede causar la “descomposición” del aceite de aguacate y volverlo rancio. El aceite de aguacate extra virgen contiene niveles elevados de antioxidantes, en particular fenoles y vitamina E. (Pérez-Rosales, 2002)

El aceite de aguacate extra virgen debe tener una acidez menor o igual a 1%, el aceite de aguacate virgen debe contener un contenido de acidez de 1 y 2%. El aceite de aguacate virgen corriente presenta valores de 2 a 3.3% (Pérez Rosales, 2005).

El producto que se va a elaborar en el Centro de Acopio de los Productores de Aguacate de la Zona Nor-Central de Pichincha, será el aceite Extra Virgen, cumpliendo con los estándares de calidad establecidos a nivel internacional.

CAPITULO IV

DISEÑO DE LA ASOCIACIÓN Y MODELO DE GESTIÓN

4.1 Infraestructura de la asociación

4.1.1 Ubicación

La Asociación se ubicará en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia de Perucho, la cual abarcará San José de Minas, Atahualpa, Perucho, Chevezpamba.



Figura 13. Zona de Pichincha del Proyecto

Fuente Gobierno Autónomo Descentralizado de Pichincha

4.2 Modelo de Asociatividad

La empresa a crearse se encontrará regida bajo las leyes y Normas de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

A continuación se encuentran las definiciones del Sector Asociativo establecida en la Ley de Economía Popular y Solidaria.

“Art. 18.- Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley. (Ministerio, 2012)

La principal actividad económica de la Asociación “Wira Kawsay” se basará en el Acopio de aguacate, para su industrialización en Aceite y exportación, por ende si califica para establecerse como empresa de bajo el control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria como lo cita en su artículo 19 de la misma ley antes citada.

“Art. 19.- Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato. La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en

el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.” (Ministerio, 2012)

La Asociación contará con la representación de unos de los asociados, pero hasta que alcance la madurez adecuada, se encontrará también dirigida y apoyada por miembros de GADPP Y GADP Parroquiales.

“Art. 20.- Capital Social.- El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico. En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación. (SUPERINTENDENCIA, 2011)”

En cuando al financiamiento, se conformará por aporte de cada uno de los socios, pero la mayor parte de la inversión será por parte de GADPP.

4.3 La Asociación

4.3.1 Nombre de la Asociación

El nombre de la Asociación y por ende del producto que se ofertará en el mercado será “WiraKawsay”.

Se tomó en consideración este nombre de origen Quichua que tiene como significado Aceite-Vivir, que se toma de la cosmovisión andina que busca reflejar el sentido de bienestar, ya que el aceite que se ofertará es saludable, con amplias propiedades para el bien de la salud.

4.3.2 Slogan

“El aceite de la vida”

Dentro del eslogan, se pretende transmitir que el aceite de aguacate tiene grandes beneficios saludables, que cambiará la vida de la persona que lo consume.

4.3.3 Logo



“EL ACEITE DE LA VIDA”

4.3.4 Presentación del producto



Figura 15. Aceite de Aguacate “WiraKawsay”

La presentación de la botella será de 250 ml y 500ml.

4.3.5 Mision y vision

MISION

WiraKawsay es una asociación que mediante del trabajo participativo e incluyente de los productores que la integra, oferta un producto con altos beneficios para la salud, bienestar y cambio de vida de nuestros clientes.

VISION

Convertirse en una empresa, que gracias a la comercialización, de un producto natural y con altos beneficios para la salud, ayude a mejorar el estilo de vida nutricional de los consumidores.

4.3.6 Valores corporativos

La Asociación “WiraKawsay” busca que los valores establecidos por la empresa pongan en práctica actividades diarias y empresariales todo el personal de la empresa:

- **Honestidad:** Actuar con honradez, responsabilidad y transparencia y de manera íntegra en el cumplimiento con nuestra labores diarias.
- **Puntualidad:** Es importante ya que representa la eficacia y calidad de servicio que ofrece la empresa a nuestros clientes al momento de la entrega del producto.
- **Respeto:** Valor a poner en práctica dentro y fuera de la empresa, empleando un vocabulario adecuado, amabilidad, etc. Para de esta manera tener un mejor ambiente laboral.
- **Trabajo en equipo:** Aplicar en la ayuda mutua con su grupo de productores, ayudando a los que más necesiten ofreciendo de esta manera un mejor servicio al cliente.
- **Responsabilidad:** Cumpliendo a tiempo y a cabalidad con las tareas y metas establecidas en cada departamento de la organización.

4.3.7 Objetivos Corporativos

- Incrementar la capacidad instalada, de acuerdo a la demanda internacional.
- Generar lazos de unión y cooperación conjunta con los diferentes productores de aguacate de la Zona Nor-Central de Pichincha.
- Mejorar la productividad y eficiencia, por medio del trabajo en equipo el óptimo aprovechamiento de la maquinaria.
- Capacitar periódicamente a los trabajadores de la empresa con la finalidad de obtener un mayor rendimiento y desarrollo a nivel personal y empresarial.
- Abrir nuevos nichos de mercado, tanto a nivel nacional e internacional. A su vez diversificar el portafolio de productos.

4.3.8 Estrategias para la comercialización asociativa

- Fortalecer a las organizaciones de productores para que asuman la comercialización y aseguren volumen, calidad, los precios y el desarrollo de mercados.
- Organizar un sistema de transporte de productos desde las diversas comunidades hasta el centro de acopio.
- Mejoramiento de la productividad a nivel de fincas: validación y capacitación.
- Promocionar el servicio de acopio y comercialización con mejores precios en relación a los intermediarios.
- Mejorar los rendimientos y la calidad de los productos, a través de un programa de capacitación y asistencia técnica.

4.4 Modelo de Gestión

4.4.1 Estructura Organizacional de la Empresa



Figura 16. Estructura Organizacional de la empresa

La Asociación se encontrará conformada por el Directorio, y cuatro Direcciones (Administrativa Financiera, Talento Humano, Comercio Exterior Y Operaciones).

La organización integrada por los representantes de las Asociaciones, quienes junto a un equipo especializado en cada área serán responsables de la contratación de personal, negociación con otras empresas, negociar la venta de productos, tomas decisiones de inversión, financiamiento, entre otras.

4.4.2 Dirección administrativa y financiera

- Dirigir, controlar y organizar, los diferentes planes, programas o proyectos de las otras direcciones de la empresa
- Ser la encargada de las adquisiciones de bienes y servicios que requiera la empresa.
- Elaborar el POA anual.
- Realizar los pagos mensuales, en cuanto a servicios básicos de la empresa.
- Efectuar los pagos mensuales, liquidación, etc. a los empleados de la empresa.
- Realizar la liquidación, declaración y pagos de impuestos de la Empresa.
- Realizar todas las actividades presupuestales, contables de la empresa.
- Presentar los estados financieros según establezca el SRI.

4.4.3 Dirección de Talento Humano

- Realizar los procesos de selección y contratación del personal, requerido para la empresa.
- Conocer la ley y los reglamentos de trabajo, vigentes en Ecuador, y cumplirlos a cabalidad.
- Realizar contratos de trabajo.
- Informar constantemente al personal acerca de las políticas y normas de la empresa.
- Realizar capacitaciones al personal.
- Presentar informes de las Evaluaciones del Personal.

4.4.4 Gestión logística y del área de Comercio Exterior

- Coordinar los mejores y más óptimos modos y medios de comercialización del producto.
- Realizar contacto con la empresa a la que se pretende exportar.
- Realizar estudios de mercado, en busca de un nuevo nicho de mercado.
- Conocer todos los procedimientos y estándares exigidos en Francia para la exportación del Producto.
- Contratar medio de transporte en el que se va a exportar.
- Elaborar en contrato con la empresa importadora en Francia acerca del incoterm más beneficioso para la empresa, así como de la forma de pago.
- Efectuar todos los trámites necesarios para la exportación del producto.

4.5 Beneficiarios

En total el proyecto beneficiaría a un total de 254 agricultores asociados, en total sería 1126 personas, de los cuales se aspira iniciar las actividades de ejecución del presente proyecto con al menos el 50 % de productores, es decir 127 agricultores que inicialmente se integrarían para formar al nueva asociación.

La asociación de los agricultores asumirá el acopio, clasificación, embalaje, almacenamiento, industrialización y transporte hacia mercados nacionales e internacionales, los mismos que permitirá obtener mayores utilidades, mayor poder de negociación logrando desarrollar y mejorar la economía de las familias, , asociadas y por ende de la zona y el país.

Tabla 10**Beneficiarios**

	Número de socios	Beneficiarios Directos
1.-Aso. de Agricultores Alchipichi	16	64
2.- Aso. de Agricultores Manuel E. Silva	15	60
3.-Aso. Agropecuaria San Luis de Aloguincho.	50	250
4.- Aso. De Trabajadores Agrícolas 30 de junio	20	100
5.- Aso. de Pequeños Productores de Perucho.	21	84
6.- Aso. De pequeños productores Agrícolas de Chavezpamba Unido (ASOCHAUN)	32	128
7.- Aso. Agrícola y Ganadera Atahualpa ASOAGAT	20	80
8.-Junta de Aguas del canal de riego Pirca.	40	200
9.- Aso. Agropecuaria de Ninamburo	40	160
Total	254	1126

CAPITULO V

PROCESO DE EXPORTACIÓN

5.1 Creación de la empresa en la Superintendencia De Economía Popular y Solidaria

5.1.1 Reserva de denominación

Como primer paso se deberá entregar la Reserva de Denominación, la cual se la puede llenar on-line en la página web www.seps.gob.ec.

superintendencia de
ECONOMÍA
POPULAR Y SOLIDARIA

Servicios electrónicos

Reserva de Denominación

Solicitud de Reserva de Denominación

* Cédula: 1721083202

Nombre Completo: GONZALEZ ESPINOSA MONICA JACQUELINE

* Cargo Provisional: PRESIDENTE

* Correo Electrónico: monica_j14@hotmail.com

* Teléfono: 022244052

* Celular: 0987855133

* Calle Principal: La Romería

Número de Domicilio: N48-333

Calle Secundaria: Foo, Montalvo

* Tipo de Organización: Asociación de Producción

Clase: Elaboración de productos alimenticios, bebidas, tabaco

Sub-Clase:

Sub-Sub-Clase:

Opciones de Denominación

Yo **GONZALEZ ESPINOSA MONICA JACQUELINE**, con cédula de ciudadanía No. **1721063202** en mi calidad de **PRESIDENTE** provisional, dentro del proceso de obtención de personalidad jurídica de asociaciones y de cooperativas de la EPS, de conformidad a lo establecido en el Art. 4 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, solicito se efectúe la reserva de una de las siguientes denominaciones, conforme al siguiente orden, siendo una la opción de mayor preferencia.

Opción	Denominación	Traducción al Español
1	WIRAKAWSAY	ACEITE-VIDA
2		
3		

Autorizo expresamente a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, a que, si es el caso modifique las propuestas de denominaciones aquí presentadas, a fin de que las mismas se ajusten al Instructivo para la reserva o denegación de denominación de las organizaciones de los sectores asociativos y cooperativistas sujetos al control y supervisión de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Enviar

Figura 17. Reserva de Dominación

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

5.1.2 Solicitud certificación de existencia legal



SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE COOPERATIVAS /
ASOCIACIONES

(Lugar), (Fecha)

Señor
Superintendente de Economía Popular y Solidaria
Presente.-

De mi consideración:

Yo, portador de la cédula de identidad
No , en mi calidad de Presidente Provisional, comparezco ante usted y
solicito iniciar el trámite de constitución de la COOPERATIVA / ASOCIACIÓN

denominada:

que operará en la Parroquia de , del Cantón
, de la Provincia ; según consta en el Acta de Constitución y
demás documentos que se adjuntan.

Para futuras notificaciones registro como domicilio la siguiente información:

Dirección:

Teléfono convencional:

Teléfono celular

Correo electrónico:

Atentamente,

Firma
Nombres y Apellidos Completos:

CI

Figura 18. Solicitud certificación de existencia legal

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

5.1.3 Registro de Directiva

FORMATO PARA ASOCIACIONES EPS

MODELO DE SOLICITUD DE REGISTRO DE DIRECTIVA

Ciudad y fecha:

Ingeniero
Hugo Jácome Estrella
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
Presente.-

De mis consideraciones

Yo, (NOMBRE DEL SOLICITANTE)....., con cédula de ciudadanía No., mayor de edad, en mi calidad de PRESIDENTE de la ASOCIACIÓN....., con domicilio principal en (DETALLAR LA DIRECCIÓN)....., respetuosamente solicito:

Que, previa revisión de la certificación requerida por la Superintendencia, que adjunto a la presente, se digno REGISTRAR en los archivos que tiene a su cargo a la Directiva elegida.

Firma y sello
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN

Figura 19. Solicitud de registro de directiva

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

➤ **Certificación del secretario sobre elección de directiva**

FORMATO PARA ASOCIACIONES EPS

DECLARACIÓN Y CERTIFICACIÓN DEL SECRETARIO DE LA ASOCIACIÓN SOBRE LA ELECCIÓN DE VOCALES DE LAS JUNTAS DIRECTIVA Y DE VIGILANCIA, PRESIDENTE, ADMINISTRADOR Y SECRETARIO

Yo,
en mi calidad de SECRETARIO de la Asociación

, con Registro Único de Contribuyentes (RUC) No.

, domiciliada en la ciudad de

, en forma libre y voluntaria, en cumplimiento de mis funciones de acreditar la veracidad de los actos y documentos que reposan en el archivo de la asociación, que se encuentra a mi cargo, DECLARO Y CERTIFICO:

1.- Que la convocatoria para la Junta General realizada el (fecha)

, incluyó en el orden del día, un punto específico relacionado con la elección de los vocales de la Junta Directiva y de la Junta de vigilancia, y que dicha convocatoria, se efectuó con días de anticipación.

2.- Que la Junta General reunida el (fecha) , contó con la asistencia de

asociados. En dicha sesión de la Junta General, luego de las elecciones y el conteo de votos correspondiente, fueron elegidos, por un periodo de años, en calidad de vocales, los siguientes asociados:

JUNTA DIRECTIVA

CARGO	NOMBRE	VOTOS		
		A favor	En contra	Abstenciones
PRIMER VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
SEGUNDO VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Continúa →

TERCER VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CUARTO VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
QUINTO VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PRIMER VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SEGUNDO VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TERCER VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CUARTO VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
QUINTO VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

JUNTA DE VIGILANCIA

CARGO	NOMBRE	VOTOS		
		A favor	En contra	Abstenciones
PRIMER VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SEGUNDO VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TERCER VOCAL PRINCIPAL	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PRIMER VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SEGUNDO VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TERCER VOCAL SUPLENTE	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.- Que en sesión de la Junta General, efectuada el (fecha) y con la asistencia de asociados, fue nombrado (nombre) en calidad de ADMINISTRADOR, con votos a favor, votos en contra y abstenciones, por un periodo de año(s).

4.- Que en sesión de la Junta General, efectuada el (fecha) y con la asistencia de vocales, fue elegido (nombre) en calidad de PRESIDENTE, con votos a favor, votos en contra y abstenciones, por un periodo de año(s).

5.- Que en sesión de la Junta General, efectuada el (fecha) y con la asistencia de vocales, fue elegido (nombre) en calidad de SECRETARIO, con votos a favor, votos en contra y abstenciones, por un periodo de año(s).

6.- Que todos quienes hemos sido elegidos o designados, cumplimos con los requisitos previstos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General y el estatuto social de la asociación y no nos encontramos inmersos en ninguna prohibición.

7.- Que, en las actas de las sesiones correspondientes, en las que consta la designación de la Directiva respecto de la cual se certifica, se establece el resultado del proceso electoral, nombres, apellidos, números de cédula y firmas de los asociados, y la aceptación de los cargos por parte de las dignidades elegidas.

Figura 20. Formato de certificación del secretario

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

5.1.4 Ingreso y salida de socios

FORMATO PARA ASOCIACIONES EPS

MODELO DE SOLICITUD DE REGISTRO DE ENTRADA, REPLAZO O SALIDA DE ASOCIADOS

Ciudad y Fecha:.....

Ingeniero
Hugo Jácome Estrella
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
Presente.-

De mi consideración:

Yo, (NOMBRE DEL ADMINISTRADOR)....., con cédula de ciudadanía No., mayor de edad, legalmente capaz, en mi calidad de ADMINISTRADOR de la ASOCIACIÓN, con RUC número, y con domicilio principal en (DETALLAR LA DIRECCIÓN)....., respetuosamente solicito:

Que, con base a la certificación emitida por el Secretario de la Asociación, que adjunto a la presente, se digno REGISTRAR en los archivos que tiene a su cargo, al (los) asociados (s) que se indican en la misma, según lo dispuesto por la JUNTA DIRECTIVA, en sesión realizada el día, del mes de del año dos mil, a las

Firma y sello
ADMINISTRADOR DE LA ASOCIACIÓN

NOTA: Adjuntar copias legibles de las cédulas de ciudadanía del Administrador y Secretario. A partir de 5 asociados, incluir el listado de asociados en formato electrónico.

Figura 21. Solicitud de ingreso y salida de socios

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

➤ **Certificación del secretario ingreso y salida de socios**

FORMATO PARA ASOCIACIONES EPS

DECLARACIÓN Y CERTIFICACIÓN DEL SECRETARIO DE LA ASOCIACIÓN RESPECTO DEL INGRESO, REEMPLAZO O SALIDA DE ASOCIADOS

Yo, en mi calidad de SECRETARIO de la Asociación....., con Registro Único de Contribuyentes (RUC) No., domiciliada en en forma libre y voluntaria, en cumplimiento de mis funciones de acreditar la veracidad de los actos y documentos que reposan en el archivo de la asociación, que se encuentra a mi cargo, DECLARO Y CERTIFICO:

1.- Que la JUNTA DIRECTIVA, en sesión realizada el día.....del mes de..... del año 20...., conoció y resolvió respecto de la situación del (de los) asociado (s) que se indica (n) a continuación, para lo cual se determinó que cumple (n) con todos los requisitos reglamentarios y estatutarios establecidos por la Organización:

No. de cédula	Apellidos y Nombres del asociado	Fecha de ingreso	Fecha de salida

La Superintendencia podrá, en cualquier momento, verificar el cumplimiento de los requisitos reglamentarios y estatutarios, y en caso de incumplimiento, se aplicarán las sanciones correspondientes, se dejará sin efecto el registro y se ordenará la separación del asociado.

2.- Que tengo pleno conocimiento de la responsabilidad civil y penal en que puedo incurrir en caso de comprobarse falsedad en mis declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo a mi cargo, o por inexistencia de dichos documentos.

Ratificándome en el contenido de la presente DECLARACIÓN, la suscribo con la firma y rúbrica que uso en todos mis actos públicos y privados, que me comprometo a reconocer, en caso necesario o a requerimiento de autoridad.

LO DECLARO Y CERTIFICO, en a los días del mes de..... del año.....

.....
 (Nombres y apellidos)
 CC
 FIRMA DEL SECRETARIO Y SELLO DE LA ASOCIACIÓN

Figura 22. Declaración y certificación del secretario de la Asociación

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

- **Formulario registro de socios**

 INFORMACIÓN GENERAL				
Número de RUC				
Nombre de la organización (como consta en el estatuto)				
Número total de asociados.				
INFORMACIÓN DE LOS ASOCIADOS				
Número de cédula	Apellidos	Nombres	Fecha de ingreso (dd/mm/aaaa)	Valor certificado de aportación (en dólares)

Figura 23. Formulario de registro de socios

Fuente: (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria)

5.2 Registro Único de Contribuyentes

Una vez establecida la asociación, debe obtener el RUC ante el servicio de Rentas Internas.

Requisitos:

- RUC 01-A debidamente lleno y firmado por el Representante Legal y ficha técnica donde se encontrarán registrados todos los accionistas.
- **Identificación de la sociedad:** Original y copia, o copia certificada de la publicación en el Registro Oficial del Decreto Ejecutivo, Acuerdo Ministerial o Resolución por medio del cual se otorga personería jurídica.
- **Representación:** Original y copia, o copia certificada del nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada.

5.3 Registro como exportador en el SENA E

- **Adquirir el Certificado digital para la firma electrónica otorgado por el Banco Central del Ecuador.**

- a. **Documentos requeridos**

- Documentos Requeridos**

- Copia de RUC de la empresa u organización
 - Copia de nombramiento del Representante Legal, (de existir delegación subir adjunto al nombramiento la misma dentro del mismo documento PDF)
 - Copia de Cédula o pasaporte a color

- **SOLICITUD DE CERTIFICADO DE FIRMA ELECTRÓNICA**

- Persona Jurídica**

- La empresa debe estar previamente registrada en el sistema.
 - Conocer el número de RUC de la empresa.
 - Copia de Cédula o pasaporte a Color.
 - Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad).
 - Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal.
 - Autorización firmada por el Representante Legal. (En caso de subrogación o delegación, adjuntar el oficio de encargo o delegación) **Importante:** Para el día en que realice el pago, traer esta autorización en formato impreso.

FORMULARIO DE SOLICITUD

Datos de la Solicitud

Seleccione el tipo de certificado para su solicitud

Persona Jurídica ▼

Seleccione el tipo de contenedor para su certificado

Token ▼

Seleccione la ciudad y oficina de entrega de su certificado.

Ciudad: Quito ▼ Entidad: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR ▼ Oficina: MATRIZ QUITO-AV 10 DE AGOSTO N11-539 Y BRICEÑO ▼

Lugar de entrega: Quito - BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - MATRIZ QUITO - AV 10 DE AGOSTO N11-539 Y BRICEÑO

Seleccione su Tipo de Identificación

Cédula ▼

Ingrese su cédula

1721063202

Por favor verifique que su información sea correcta y seleccione el botón siguiente para continuar con el registro de su solicitud.

▼ Datos Empresa	
Ruc	1721063202
Razón Social	
▼ Datos Personales	
Institución	ASOCIACION RUTA ESC <small>Llene este campo en caso de que el nombre de su institución sea diferente a la razón social de la empresa.</small>
*Cédula / Pasaporte	1721063202
*Primer Apellido	GONZALEZ
RUP (Compras Públicas)	
*País Domicilio	ECUADOR ▼
*Provincia domicilio	PICHINCHA ▼
*Dirección de domicilio	PERUCHO
*Teléfono Domicilio	2244052 <small>Ej: 032572522</small>
*Nombres	MONICA
*Segundo Apellido	<input type="checkbox"/> Marque esta opción, en caso de no tener Segundo Apellido. ESPINOSA
*Ciudad de domicilio	Quito ▼
*Sector domicilio	PERUCHO
Celular	 <small>Ej: 0992625850</small>

Continúa 

*País Oficina: ECUADOR

*Provincia Oficina: PICHINCHA *Ciudad Oficina: Pedro Moncayo

*Dirección de Oficina: PERUCHO

*Teléfono Oficina: 3317182 Extensión:

Fax:

*Cargo: GERENTE

*Uso Certificado:

- FIRMA DE DOCUMENTOS Y TRANSACCIONES
- CORREO ELECTRONICO
- AUTENTICACION
- CIFRADO
- SISTEMA NACIONAL DE PAGOS (SPI/SPL/SCP)
- DEPOSITO CENTRALIZADO DE VALORES
- FACTURACION ELECTRONICA
- PROCESOS AUTOMATIZADOS DE FIRMA
- OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR
- QUIPUX SISTEMA DE GESTION DOCUMENTAL
- SISTEMA DE GESTION DOCUMENTAL
- OTRO...

Uso de certificado solo para fines estadísticos.

▼ Para fines internos de validación

Estas preguntas son solo para validaciones internas del sistema.

*Pregunta 1: *Pregunta 2:

NOMBRE DE LA INSTITUCION DONDE REALIZO SUS ESTUDIOS PRIMARIOS NOMBRE DE SU MASCOTA

CARDENAL DE LA TORRE JEJEY

▼ Requisitos

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

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

	Requisitos (Solo archivos PDF de tamaño menor o igual a 1Mb)	
*Copia a color cédula o pasaporte	Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado	Limpiar
*Copia clara de la papeleta de votación.	Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado	Limpiar
*Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal	Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado	Limpiar
*Autorización firmada por el Representante Legal	Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado	Limpiar

Continuar Atribución

Figura 24. Formulario de registro para firma electrónica

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

➤ **TARIFAS**

Tabla 11

Token

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (token)	\$ 30,00 + IVA
Dispositivo Portable Seguro – Token	\$ 35,00 + IVA
TOTAL	\$ 65,00 + IVA

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

- HSM (Hardware Security Module, es un dispositivo criptográfico ideal para altos volúmenes de transacciones, ejemplo facturación electrónica)

Tabla 12

Emisión de Certificado de Firma Electrónica (HSM)

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (HSM)	\$ 90 + IVA
HSM - Puede adquirir a distribuidores locales	

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tabla 13

Emisión de Certificado de Firma Electrónica Archivo

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Archivo)	\$ 20,00 + IVA
TOTAL	\$ 20,00 + IVA

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

Tabla 14**Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Roaming)**

Emisión del Certificado de Firma Electrónica (Roaming)	\$ 30,00 + IVA
TOTAL	\$ 30,00 + IVA

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

Una vez que se ha realizado la creación de la Asociación Ruta Escondida en la Superintendencia de Compañía, obtenido el RUC, haberse registrado como exportador en el SENAE y obtenido la firma electrónica.; la compañía ya se encuentra habilitada para realizar la exportación del Aceite de Aguacate a Francia.

5.4 Documentos de acompañamiento y soporte

Según (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones) Art. 72 indica que constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación (...).

Según Art. 73 del Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones especifica que los Documentos de soporte

“Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley”. (ASAMBLEA, Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

En el caso de la exportación siempre deberá estar acompañada por los siguientes documentos:

- RUC del exportador
- Factura comercial
- Packing List
- Certificado de Origen (en caso que sea necesario)
- Autorizaciones previas(en caso que sea necesario)
- Documento de transporte

- **Documento de transporte:** Es el Instrumento que acredita la propiedad de las mercancías ante la Aduana.
- **Factura Comercial:** Soporte que acredita el valor de la transacción comercial.
- **Certificado de Origen:** Es el documento que permite la liberación de los tributos al comercio exterior en los casos que correspondan. Debido a que la exportación se realizará a la Unión Europea es necesaria la obtención del mismo ante el MIPRO.
- **Obtención de registro sanitario de alimentos procesados mediante ventanilla única ecuatoriana**

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), será responsable de receptor, y verificar que la solicitud y sus anexos estén completos y correctamente presentados con el fin de otorgar o negar el registro sanitario. Además brindar asistencia técnica mediante capacitaciones al usuario externo. (MSP, 2015) (Ministerio de Salud Pública)

Una vez registrado como Exportador ante la Aduana, es necesario que se realice la solicitud del Registro Sanitario de Alimentos Procesados.

El procedimiento para la elaboración de la solicitud de inscripción es:

- Ingresar con el usuario y contraseña al Sistema Ecuapass
- Seleccionar la Institución, en este caso ARCSA
- En Documentos seleccionar Inscripción de Registro Sanitario de Productos Alimenticios Nacionales
- Esto generará un Número de Solicitud, lo cual permitirá acceder al sistema para cargar los documentos de acompañamiento.
- Posterior, adjuntar los documentos requeridos:
 - i. Especificaciones Técnicas del material
 - ii. Ficha de estabilidad del Producto
 - iii. Descripción del código de lote, suscrito por el técnico
 - iv. Etiqueta Original
 - v. Informe técnico del proceso de Elaboración del Producto
 - vi. Declaración de la norma técnica nacional
 - vii. Enviar.
 - viii. Se realiza el pago
 - ix. Se efectúa la inspección
 - x. Se obtiene el Certificado por un tiempo de vida útil

5.5 Declaración aduanera de exportación

El primer proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE).

- Los datos que se consignarán en la DAE son:
- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Para la presentación de la Declaración Aduanera de Exportación, según el Artículo 66. Del Reglamento del COPCI, podrá presentarse hasta 24 horas antes del ingreso de las mercancías a zona primaria, debiendo presentar los documentos de acompañamiento, de soporte y correcciones a la declaración hasta 30 días posteriores al embarque de las mercancías. (ASAMBLEA, Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

5.6 Regularización de la DAE

Para culminar con el proceso, una vez que la exportación cuente con salida autorizada, la aduana otorga un plazo de 30 días para que el exportador pueda regularizar en el sistema ECUAPASS.

5.7 Aforo

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

Canal de Aforo Documental

Canal de Aforo Físico Intrusivo

Canal de Aforo Automático

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

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el

esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

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

5.8 Normas de Etiquetado

Según página web de la Unión Europea, las condiciones obligatorias para el etiquetado del producto.

Menciones obligatorias

Las menciones obligatorias deberán ser de fácil comprensión, visibles, claramente legibles y, en su caso, indelebles. La altura «x» de los caracteres deberá ser de al menos 1,2 mm (salvo en el caso de envases o recipientes de pequeñas dimensiones).

Las menciones obligatorias se refieren a:

- la denominación;
- la lista de ingredientes;
- la cantidad de determinados ingredientes o categorías de ingredientes;
- la cantidad neta del alimento;
- la fecha de duración mínima o la fecha de caducidad;
- las condiciones especiales de conservación y/o de utilización;
- el nombre o la razón social y la dirección del operador o del importador;

- el país de origen o el lugar de procedencia de determinados tipos de carnes, de la leche y de cualquier producto cuando la falta de tal indicación pueda inducir a engaño a los consumidores;
- el modo de empleo en caso de que, en ausencia de esta información, fuera difícil hacer un uso adecuado del alimento;
- respecto a las bebidas que tengan más de un 1,2 % en volumen de alcohol, se especificará el grado alcohólico volumétrico adquirido;
- la información nutricional.

5.9 Plazos de pago

Se ha considerado que la manera más efectiva de cobrar las facturas de exportación en la etapa de introducción al mercado es a través de cartas de crédito, ya que son los bancos los que actúan como intermediarios y garantizan el pago, con lo que se reduce el riesgo con clientes desconocidos por ser una empresa nueva.

5.10 Término de negociación

Los incoterms son un conjunto de reglas para la interpretación de los términos comerciales más utilizados en las transacciones de comercio exterior. (Antun Callaba, 2004)

Los INCOTERMS tienen la finalidad de establecer un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos más utilizados en comercio internacional.

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■	Vendedor	■	Comprador	■	Vendedor / Comprador
---	----------	---	-----------	---	----------------------

Figura 25. Incoterms

Fuente: (PROECUADOR)

Según se puede observar en la (figura 27), se puede ver hasta dónde va a la responsabilidad del comprado y desde donde comienza la responsabilidad del comprador.

El término de negociación a utilizar en la negociación será CFR Cost and Freight o costo y flete, para disminuir responsabilidades para la empresa como exportadora, ya que todo el riesgo es asumido por el importador. Con este término el vendedor debe entregar la mercancía al transportista y por ende corre con todos los riesgos a la entrega en el punto acordado, a partir de la entrega el comprador asumirá todos los riesgos hasta la llegada al destino final.

5.11 Cantidades y precios de exportación

De acuerdo a conversaciones mantenidas con posibles compradores, se promedia que el envío de la carga se realice cada trimestre.

El envío se realizara de 15 toneladas el primer trimestres, 15 toneladas el segundo trimestre y 20 toneladas el tercer trimestre.

El precio estimado por kilo es de 6,00 dólares.

Se enviará en cajas de 12 botellas de 50 ml. La cajas medirán 25cmx35cm*35cm.

Europalet 8x120 apilables a 4, en total se transportaría 55 pallets.

5.12 Tiempo de viaje estimado

Según PROECUADOR las líneas navieras más concurridas son Hamburg Sud, Transavia, agencia Marítima Transoceánica y Evergen, y el viaje a Francia desde Ecuador es de aproximadamente 25 días.

Entre los principales puertos tenemos:

- Puerto de Marsella Fos
- Puerto Dos-Sur le Mer
- Puerto Le Havre
- Puerto de Dunkerque

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Obras Civiles

Tabla 15

Obras Civiles

PLANTA, BODEGA Y OFICINAS			US dólares
Galpón de 476 metros cuadrados			71.400
Oficinas administrativas 28,3 metros cuadrados			10000
Rampa de ingreso 31,5 metros cuadrados			5.000
Instalaciones: eléctricas, agua potable, teléfonos			15.000
Adoquinado de 100 metros cuadrados de parqueaderos			2.500
Mano de obra			17.500
TOTAL OBRAS CIVILES			121.400

Se proyecta un galpón de 476 metros cuadrados en que se instalará la planta industrial y que incluye además oficinas administrativas en un área de 28,3 metros cuadrados en dos plantas, la primera con sanitarios y la segunda una oficina.

El ingreso de la materia prima se hará a través de una rampa de ingreso de 31,5 metros cuadrados. Los productos en fresco embalados tanto para exportaciones como para el mercado interno y los productos industrializados saldrán por otra puerta independiente.

Se incluye además 100 metros cuadrados de parqueadero que irá adoquinado, lo cual dará facilidades para el estacionamiento de proveedores, clientes y personal de la planta.

6.2 Maquinaria y equipo de la planta industrial

Tabla 16

Maquinaria y Equipo Planta Industrial

- Valores en US dólares -

Cantidad	CONCEPTOS	Valor unitario	Valor total
1	Reactor de 500 kilos	5.634	5.634
1	Torre de destilación y tanque florentino para separación	10.225	10.225
1	Calderos generador de vapor 10 HP	7.558	7.558
1	Marmita para pausterización de acero para 500 litros	11.325	11.325
1	Despulpadora 500 Kg/hora	5.393	5.393
1	Bomba positiva para productos viscosos	3.675	3.675
3	Mesa de trabajo 226 por 104 cm	475	1.424
1	Transportador con tanque de inmersión	4.602	4.602
1	Variador de frecuencia de 2 HP	343	343
1	Piscina de salmuera para bloques de 5 Kg 120X400 cm	18.375	18.375
10	Molde para 5 Kg.	13	130
1	Bomba de lavado a presión 1.5 HP	369	369
1	Tanque de almacenamiento con torre de enfriamiento y bomba de capacidad de 2.000 litros	1.558	1.558

Continúa 

1	Balanza mecánica romana 500 Kg. X 250g.	350	350
1	Selladora automática al vacío Mod. J- VOO2H	5.450	5.450
2	Cuarto frío 5 x 6 x 2.5 m capacidad 5 Tm	11.780	23.560
	SUBTOTAL		99.971
	Accesorios e instalación (20%)		19.994
	SUBTOTAL		119.965
	IVA		14.396
	TOTAL		134.361

6.3 Inversiones

Tabla 17

Inversiones

INVERSIONES	
	USD
Terreno	71400
Edificios	50000
Equipos computo	5000
Equipos	8000
Vehículos	60000
Total Activos Fijos	194400
K de trabajo	134361
Total de inversiones	328761
CREDITO 50% DEL TOTAL	
DE LA INVERSION	50% \$ 164.380,50

Para el presente proyecto se estima que la financiación porcentual otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de la Provincia de Pichincha y los

socios sea del 50% del total de la inversión y la diferencia se la financiará con un crédito productivo del Banco Nacional de Fomento.

6.4 Amortización de préstamo

Al analizar la mejor opción de préstamo y al ser un crédito productivo, se tomó en cuenta un crédito productivo asociativo con el Banco Nacional de Fomento, que otorga préstamos a una tasa del 10% anual.

Tabla 18

Amortización de Préstamo

1	131504,40	3287,61	8435,63	5148,02	126356,38
2	126356,38	3158,91	8435,63	5276,72	121079,66
3	121079,66	3026,99	8435,63	5408,64	115671,02
4	115671,02	2891,78	8435,63	5543,85	110127,17
5	110127,17	2753,18	8435,63	5682,45	104444,72
6	104444,72	2611,12	8435,63	5824,51	98620,21
7	98620,21	2465,51	8435,63	5970,12	92650,08
8	92650,08	2316,25	8435,63	6119,38	86530,70
9	86530,70	2163,27	8435,63	6272,36	80258,34
10	80258,34	2006,46	8435,63	6429,17	73829,17
11	73829,17	1845,73	8435,63	6589,90	67239,27
12	67239,27	1680,98	8435,63	6754,65	60484,62

Continúa 

13	60484,62	1512,12	8435,63	6923,51	53561,11
----	----------	---------	---------	---------	----------

14	53561,11	1339,03	8435,63	7096,60	46464,50
15	46464,50	1161,61	8435,63	7274,02	39190,49
16	39190,49	979,76	8435,63	7455,87	31734,62
17	31734,62	793,37	8435,63	7642,26	24092,36
18	24092,36	602,31	8435,63	7833,32	16259,03
19	16259,03	406,48	8435,63	8029,15	8229,88
20	8229,88	205,75	8435,63	8229,88	0,00

6.5 Depreciaciones

Tabla 19

Depreciación Edificios

Edificios					
Año	Valor Historico	Depreciacion anual	Depreciacion Acumulada	Valor Neto Contable	
1	50000	2500	2500	47500	
2	50000	2500	5000	45000	
3	50000	2500	7500	42500	
4	50000	2500	10000	40000	
5	50000	2500	12500	37500	

Tabla 20

Depreciación de Equipos de Computo

Equipos computo					
Año	Valor Historico	Depreciacion anual	Depreciacion Acumulada	Valor Neto Contable	
1	5000	1666,5	1666,5	3333,5	
2	5000	1666,5	3333	1667	
3	5000	1666,5	4999,5	0,5	

Tabla 21

Depreciación Equipos y vehículos

Equipos					
Año	Valor Historico	Depreciacion anual	Depreciacion Acumulada	Valor Neto Contable	
1	8000	800	800	7200	
2	8000	800	1600	6400	
3	8000	800	2400	5600	
4	8000	800	3200	4800	
5	8000	800	4000	4000	
Vehículos					
Año	Valor Histórico	Depreciación anual	Depreciación Acumulada	Valor Neto Contable	
1	60000	12000	12000	48000	
2	60000	12000	24000	36000	
3	60000	12000	36000	24000	
4	60000	12000	48000	12000	
5	60000	12000	60000	0	

6.6 Materia prima

Tabla 22

Materia Prima

AÑOS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR US\$
	KILOS	UNITARIO	TOTAL
0	0	0,50	-
1	802.500	0,50	401.250
2	882.750	0,55	485.513
3	971.025	0,61	587.470
4	1.068.128	0,67	710.839
5	1.174.940	0,73	860.115
6	1.292.434	0,81	1.040.739
7	1.421.678	0,89	1.259.294
8	1.563.845	0,97	1.523.746
9	1.720.230	1,07	1.843.733

Se establece un incremento de la producción en cinco hectáreas por año y además un incremento anual del 10% en productividad árbol, por mejoramiento de cultivos.

En el precio se establece un incremento anual del 10%.

6.7 Presupuesto de personal

Tabla 23

Presupuesto de Personal

SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO						
	0	1	2	3	4	5
Cantidad de Personal Administrativo		4	4	4	4	4
Sueldo Promedio a valores del año 0	1500					
Inflacion Promedio anual	3,23%					
Factor de proyeccion (inflacion)		1,0323	1,06564329	1,10006357	1,13559562	1,17227536
Sueldo Basico proyectado		1548,45	1598,46494	1650,09535	1703,39343	1758,41304
Aporte Patronal	12,15%	188,136675	194,21349	200,486585	206,962302	213,647184
Fondos de Reserva	12		133,205411	137,507946	141,949453	146,53442
	292					
Decimocuarto sueldo	3,23%	25,1193	25,9306534	26,7682135	27,6328268	28,5253671
Décimo Tercer Sueldo	12	129,0375	133,205411	137,507946	141,949453	146,53442
Sueldo Basico+Componente Salarial Mensual		1890,74348	2085,0199	2152,36604	2221,88747	2293,65443
Sueldo Basico+Componente Salarial Anual	12	22688,9217	25020,2388	25828,3925	26662,6496	27523,8532
Sueldo Basico+Componente Salarial Total		90755,6868	100080,955	103313,57	106650,598	110095,413

6.8 Gastos de operación

Tabla 24

Gastos de Operación

GASTOS DE OPERACIÓN						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Publicidad	50					
Energía Eléctrica	230					
Agua Potable	150					
Teléfono	200					
Internet	200					
Logística Interna	500					
Costos de operación mensuales a valores del año 0	1330					
Inflación Promedio Anual	3,23%					
Factor de proyección para inflación		1,03	1,07	1,10	1,14	1,17
Costos de operación mensuales proyectados		1372,96	1417,31	1463,08	1510,34	1559,13
Costos de operación anuales proyectados	12	16475,51	17007,67	17557,01	18124,11	18709,51

6.9 Sueldos y salarios de producción

Tabla 25

Sueldos y Salarios de Producción

SUELDOS Y SALARIOS DE PRODUCCION						
	0	1	2	3	4	5
Cantidad Operarios		5	5	5	5	5
Sueldo Básico al año 0	354					
Inflación Promedio Anual	0,0323					
Factor de proyección (inflación)		1,03	1,07	1,10	1,14	1,17
Sueldo Básico proyectado		365,43	377,24	389,42	402,00	414,99
Aporte Patronal	12,15%	44,40	45,83	47,31	48,84	50,42
Fondo de Reserva	12		31,44	32,45	33,50	34,58
Decimocuarto sueldo	12	30,45	31,44	32,45	33,50	34,58
Décimo Tercer Sueldo	12	30,45	31,44	32,45	33,50	34,58
Sueldo Basico+Componente Salarial Mensual		470,74	517,38	534,09	551,34	569,15
Sueldo Basico+Componente Salarial Anual	12	5648,88	6208,58	6409,12	6616,13	6829,83
Sueldo Basico+Componente Salarial Total		28244,41	31042,89	32045,58	33080,65	34149,15

6.10 Ventas proyectadas de aceite de aguacate

Tabla 26

Proyección de Ventas de Aguacate

VENTAS ACEITE DE AGUACATE						
	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Q vendida por año Litros	10%	50000	55000	60500	66550	73205
Precio Litros	6					
Inflacion Promedio Anual	3,23%					
Factor para la Proyeccion		1,03	1,07	1,10	1,14	1,17
Precio proyectado		6,19	6,39	6,60	6,81	7,03
VENTAS PROYECTADAS		309690,00	351662,29	399323,08	453443,33	514898,51

6.11 Estado de Resultados

Tabla 27

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	0	1	2	3	4	5
Ventas Aceite	258.075,00	293.051,90	332.769,23	377.869,44	429.082,09	
	-	-	-	-	-	
TOTAL VENTAS	258.075,00	293.051,90	332.769,23	377.869,44	429.082,09	
Costos de MP	-	-	-	-	-	
Costos de MO	28.244,41	31.042,89	32.045,58	33.080,65	34.149,15	
Costos de personal administrativo	90.755,69	100.080,96	103.313,57	106.650,60	110.095,41	
Costos de Operación	16.475,51	17.007,67	17.557,01	18.124,11	18.709,51	
Depreciaciones	21.606,50	21.606,50	21.606,50	19.940,00	19.940,00	
Gastos Financieros	13.650,16	11.466,17	9.055,48	6.394,56	3.457,44	
Resultados antes de IR y Part. Trab	87.342,74	111.847,72	149.191,09	193.679,53	242.730,57	
15% Participacion Trabajadores	13.101,41	16.777,16	22.378,66	29.051,93	36.409,59	

Resultados antes de Impuesto a la Renta		74.241,33	95.070,57	126.812,43	164.627,60	206.320,98
0%	Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-
Resultado de Ejercicio		74.241,33	95.070,57	126.812,43	164.627,60	206.320,98
FLUJO DE CAJA						
Resultado del Ejercicio						
		74.241,33	95.070,57	126.812,43	164.627,60	206.320,98
+	Depreciaciones	21.606,50	21.606,50	21.606,50	19.940,00	19.940,00
-	Inversion de Edificios	71.400,00				
-	Inversion de Equipos Computacion	5.000,00				
-	Inversion de Equipos	8.000,00				
-	Inversion de Vehiculos	60.000,00				
-	Inversion de Capital de Trabajo	134.361,00				
+	Valor Residual de Edificios					14.280,00
+	Valor Residual de Equipos de computo					250,00
+	Valor Residual de Equipos					800,00
+	Valor Residual de Vehiculos					6.000,00
+	Valor Residual de Capital de Trabajo					94.052,70
+	Credito Recibido					

Factor de Descuento		1	1,15	1,32	1,52	1,75	2,01
FLUJO DE CAJA	-						
DESCONTADO	114.380,50	65.049,96	70.663,67	80.732,39	89.348,81	154.328,92	
VALOR ACTUAL NETO	345.743,26						

Tabla 29

TIR

TIR	
PERIODO	FLUJO DE CAJA
0	- 114.380,50
1	118.680,21
2	143.271,53
3	179.354,64
4	220.509,44
5	383.354,55
TIR	1,23

Tabla 30

VAN

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	
PRC=	$\frac{\text{Inversiones}}{\text{Suma Promedio de las utilidades del Proyecto}}$
PRC=	$\frac{328761}{209.034,071}$
PRC=	1,573
1 Años	6 meses

Una vez obtenidos los datos necesarios, se puede verificar que el proyecto es viable debido a que tiene una tasa interna de retorno (TIR) del 1,23% y el valor actual neto (VAN) que permite visualizar flujos futuros es el óptimo, puesto que el periodo de recuperación será en 1 año 6 meses, por lo el proyecto presenta factibilidad para exportación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Las parroquias San José de Minas, Atahualpa, Chavezpamba, Perucho y Puellaro, poseen una producción y economía netamente agrícola, que a través de la asociatividad de los productores de aguacate podrán industrializar sus productos y por ende mejorar el estilo de vida de las --- familias a las que llegará el proyecto.
- La producción de aguacate es la óptima para ofertar el producto en materia prima en el mercado nacional así como ocupar el 30% de la producción total para la obtención del aceite de aguacate, el cual representará una producción de 54750 litros de aceite al año.
- El Gobierno Autónomo de Pichincha y los Gobiernos de Parroquiales brindan asesoría continua acerca del cuidado de los cultivos. Además Las asociaciones en la actualidad tienen gran apoyo de por parte del Estado a través de las instituciones públicas como financieras con el fin de fomentar el desarrollo productivo y el cambio de la matriz productiva del país.
- Para la industrialización del aguacate, requiere pasar por el proceso de recepción de la fruta, clasificación de la fruta de acuerdo a tamaño y calidad, despulpado y pasteurizado para almacenarlos en tanques plásticos en cuartos fríos, y obtener el aceite de aguacate a través del proceso de extracción en frío, para finalmente ser envasados.
- Una vez realizado el estudio de mercado, se concluyó que Francia es el país que más a importado al año este tipo de producto, obteniendo así importaciones de 56048TN en el años 2013, siendo así un mercado atractivo para la comercialización del producto.
- Se determinó que por el momento es beneficioso exportar a Francia, debido a que se tienen preferencias arancelarias con Europa, además que continúan las negociaciones entre la UE y Ecuador, a fin de mantener preferencias arancelarias al momento de que los productos ecuatorianos ingresen a Europa.

- El acopio de aguacate se realizará en un centro de acopio que será construido en la zona de Perucho, en donde se realizará todo el proceso de industrialización y empaquetado del producto.
- La asociación de productores, será constituida legalmente de acuerdo a los requisitos necesarios establecidos bajo el Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
- Según el estudio financiero realizado se estima que el periodo de recuperación de capital se lo realice en aproximadamente 1 año 6 meses.

Recomendaciones

- Es necesario que los Gobiernos Parroquiales con apoyo del Gobierno Autónomo de Pichincha, continúen estableciendo jornadas de capacitaciones y apoyo a los productores en los procesos de siembra, cuidado y cosecha de los aguacates, con el fin de que al cumplan con las condiciones adecuadas para la industrialización.
- Se deberá contratar personal especializado en los procesos industriales, para garantizar el manejo del producto y el proceso de industrialización.
- Es esencial que el gobierno ecuatoriano continúe negociando con la Unión Europea, con la finalidad de que los productos ecuatorianos puedan ingresar a estos mercados con mayores ventajas y facilidades.
- Lograr el posicionamiento en el mercado francés, y a través de mayores campañas publicitarias y ser reconocidos por los compradores, lograr aumentar el mercado con otros países europeos.
- Se debe solicitar apoyo, capacitación y asesoría por parte de otras entidades del Estado como PROECUADOR, Ministerio de Comercio Exterior y Ministerio de Industrias y Productividad.
- Una vez posicionado el producto actual, se debe diversificar la cartera de productos.
- Capacitar de manera continua al personal tanto técnico como administrativo, con el fin de que la empresa avance al mismo ritmo.

Bibliografía

- Gobierno Autono Descentralizado de Mlira.* (06 de Abril de 2011). Obtenido de http://www.mira.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=45:hacienda-uyama-farms&catid=11:aturisticosc&Itemid=4
- Ministerio de Comercio Exterior.* (12 de Diciembre de 2013). Obtenido de <http://comercioexterior.gob.ec/ecuador-logro-objetivo-sistema-de-preferencias-arancelarias-sgp-plus-hasta-el-2014/>
- Ministerio de Comercio Exterior.* (17 de Julio de 2014). Obtenido de <http://comercioexterior.gob.ec/se-cerro-el-acuerdo-entre-ecuador-y-la-ue/>
- Página Oficial de Francia.* (2014). Obtenido de <http://www.francia.net/>
- PNBV.* (2014). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional;jsessionid=CC9CE24F966743EAC56BE29AF5CB9DF5>
- Unión Europea.* (2014). Obtenido de Francia: http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/france/index_es.htm
- AETA. (s.f.). *AETA.* Obtenido de <http://www.aeta.org.ec/aeta/nosotros.html>
- ALIMENTOS. (s.f.). Aguacate.
- Antelo, E. (2007). *Construcción de ventajas competitivas en Bolivia.* Bogotá: Corporación Andina de Fomento.
- Antun Callaba, J. P. (2004). *Logística Internacional.* México D.f: UNAM.
- ASAMBLEA. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.* Montecristi.
- ASAMBLEA. (30 de diciembre de 2010). *Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comerio e Inversiones.* Obtenido de Ministerio de Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/ReglamentosCodigoProduccion.pdf>
- Banco, M. (s.f.). *Banco Mundial.* Recuperado el Noviembre de 2015, de Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG>
- Barzallo, M. P. (2012). *Gestiopolis.* Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/funhistocooperativa.htm>

- Beradategi, I., Barriuso, B., Ansorena, D., & Astiasarán, I. (2012). *Stability of avocado oil during heating: comparative study to olive oil*. Facultad de Farmacia, Universidad de Navarra, Pamplona.
- BIOCATE. (s.f.). *BIOCATE COLOMBIA*. Obtenido de <http://www.biocatecolombia.com/proceso.html>
- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la Empresa*. Madrid: McGraw-Hill.
- Cervilla de Olivieri, M. A. (2007). Estrategias para el desarrollo empresarial: Asociatividad en el sector plástico venezolano. *Revista de Ciencias Sociales*.
- COPCI. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Ecuador.
- CORPEI. (Diciembre de 2009). *Perfil del Aguacate*. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/aguacate.pdf>
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2007). *NEGOCIOS INTERNACIONALES*. Pearson.
- Demenus, W., & Crespo Coello, P. (Edits.). (2011). *Cadenas Productivas y Desarrollo Económico Rural en Latinoamérica*. Quito, Ecuador: Graphus.
- Desconocido. (2009).
- Dini, Marco. (1997). Estrategias para el desarrollo empresarial: Asociatividad en el sector plástico venezolano. *Scielo*.
- Escobar, A. V. (2011). *Exportación de aceite de aguacate extra virgen al mercado Francés*. Quito.
- GADPP. (2013). PLAN DE NEGOCIOS. PICHINCHA: No publicado.
- González, L. (Marzo de 2009). <http://www.roundtablecocoa.org/>. Obtenido de <http://www.roundtablecocoa.org/>
- INEC. (21 de Septiembre de 2014). *INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (2001). *Asociatividad. Una Alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES*.
- Linares Colmenares, Y., & Loyda Espinosa, N. (2011). *elibro*. Obtenido de Capital social: herramienta fundamental de las políticas públicas para el desarrollo de las comunidades: <http://elibro.ebrary.com/docDetail.action?docID=10663283&p00=capital+social>
- Luna, M., & Puga, C. (2010). *Nuevas Perspectivas para el estudio de las Asociaciones*. (UNAM, Ed.) Anthropos.

- Martha, P., Carlos, R., & Diana, B. (sn). *Internacionalización: Métodos de entrada en mercados*. Valencia: Universitat Politècnica de València.
- Méndez Carrillo, A., & Fuentes Triagos, C. J. (6 de Agosto de 2009). Asociatividad para la competitividad en pymes de familia. *Gestión & Sociedad*.
- Ministerio, C. d. (2012). *Ministerio Coordinador de Desarrollo Social*. Obtenido de http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/1_ley_y_reglamento_EPS.pdf
- MIRA. (s.f.). *MIRA EXTRA VIRGEN AVOCADO OIL*. Obtenido de <http://miranaturals.com/es/beneficio-del-aceite-de-aguacate/>
- MSP. (08 de Agosto de 2015). *PROCESO DE REGISTRO*. Quito.
- Perego, L. (2003). *Competitividad a partir de los Agrupamientos Industriales. Un Modelo Integrado y Replicable de Clusters Productivos*. Argentina.
- Perego, L. H. (2003). *elibro.ebrary.com*. Obtenido de <http://elibro.ebrary.com/docDetail.action?docID=10584319&p00=asociatividad>
- Pralong, V. C. (2009). *L aglobalización y sus efectos*. Argentic: El Cid Editor.
- PROECUADOR. (11 y 13 de junio de 2012). *sela.org*. Obtenido de [http://www.sela.org/attach/258/default/Di_2-12_Consorcio_ecuatoriano_promocion_Gypsophila_Ecuadorian_GYP_\(Rocio_Orbe\).pdf](http://www.sela.org/attach/258/default/Di_2-12_Consorcio_ecuatoriano_promocion_Gypsophila_Ecuadorian_GYP_(Rocio_Orbe).pdf)
- PROMPYME. (2004). Lima.
- Quimí, M. (2012). *Universidad Estatal Península de Santa Elena*. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec:8080/bitstream/123456789/764/1/74.-MANUEL%20QIM%C3%8D%20MENDEZ.pdf>
- Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (s.f.).
- Rosales, R. (1997). *La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMEs*. SELA.
- Russo, F., Dini Marco, & Ackermann, N. (2010). *El PROGRAMA ONUDI DE DESARROLLO DE CLUSTERS, REDES Y CONSORCIOS*. Viena.
- SENPLADES. (2012). *Transformación de Matriz Productiva*. Quito: SENPLADES.
- SEPS. (s.f.). *Ley de Economía Popular y Solidaria*.
- Solagro*. (s.f.). Obtenido de Cultivos Aguacate: <http://www.solagro.com.ec/cultdet.php?vcultivo=Aguacate>
- SOLIDARIA, I. D. (2009). *Agenda Economía Popular y Solidaria*. ENEMDU.

SUPERCIAS. (s.f.). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de

<http://www.supercias.gob.ec/reservaDenominacion/login.php>

SUPERINTENDENCIA. (28 de Abril de 2011). *SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIO*. Obtenido de

http://www.seps.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=d5176e77-0bd6-44e0-ba4f-aca5694cf172&groupId=613016

Trejo Téllez, B. I. (2011). *ebrary*. Obtenido de

<http://elibro.ebrary.com/docDetail.action?docID=10638218&p00=cadena+de+valor>

UE, U. E. (15 de Mayo de 2008). *Union Europea*. Obtenido de

http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r11016_es.htm

UE, U. E. (2014). Obtenido de

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&language=fr&pcode=tps00001&tableSelection=1&footnotes=yes&labeling=labels&plugin=1>