



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

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

AUTORA: CRESPO TONGUINO, JÉSSICA MARIVEL

**TEMA: PLAN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN
INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS
DESHIDRATADAS, BAJO CONSIDERACIONES DE LAS BUENAS
PRÁCTICAS DE MANUFACTURA COMO ELEMENTO DE
COMPETITIVIDAD**

DIRECTOR: ING. ROMERO, EDGAR

CODIRECTOR: ING. BOHÓRQUEZ, DIEGO

QUITO, MAYO 2015

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

CERTIFICADO

ING. EDGAR ROMERO
ING. DIEGO BOHÓRQUEZ

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “**PLAN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS, BAJO CONSIDERACIONES DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDAD**”, realizado por la Srta. Jéssica Marivel Crespo Tonguino, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato (PDF).

Autorizan a Jéssica Marivel Crespo Tonguino que lo entregue al Ing. Fabián Guayasamín en su calidad de Director de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional.

Quito, Mayo de 2015



Ing. Edgar Romero
DIRECTOR



Ing. Diego Bohórquez
CODIRECTOR

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JÉSSICA MARIVEL CRESPO TONGUINO

DECLARÓ QUE:

El proyecto de grado denominado: **“PLAN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS, BAJO CONSIDERACIONES DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDAD”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al final del presente trabajo, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Mayo de 2015



Jéssica Marivel Crespo Tonguino

AUTORA

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

AUTORIZACIÓN

Yo, Jéssica Marivel Crespo Tonguino

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE, la publicación en el repositorio digital de la Institución del proyecto titulado: **“PLAN DE ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS, BAJO CONSIDERACIONES DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA COMO ELEMENTO DE COMPETITIVIDAD”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Mayo de 2015



Jéssica Marivel Crespo Tonguino

AUTORA

DEDICATORIA

A Dios, porque ha sido mi guía y mi fortaleza en todo momento para seguir adelante y culminar mi carrera.

Con todo mi amor a mis padres Galo y María, a quienes amo, admiro y agradezco todo su esfuerzo para sacar adelante a mis hermanos y a mí, porque son mi gran ejemplo de constancia y dedicación, con su amor y comprensión han sabido guiarme por el camino correcto, brindándome siempre su apoyo incondicional.

A mis hermanos David y Andrés porque son mi más grande inspiración y motivación para salir adelante siempre, por estar a mi lado apoyándome en cada momento.

Jéssica

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Padre Celestial mi Dios, porque con bendición, su infinito amor y bondad he podido cumplir esta meta tan importante en mi vida.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, por acogerme en sus aulas, y a todos mis profesores por haber compartido sus conocimientos en el transcurso de mi formación profesional.

Un agradecimiento especial al Ing. Edgar Romero y al Ing. Diego Bohórquez, por su valioso tiempo, ayuda y dedicación, por aportar con mi formación profesional y porque con su guía hicieron posible este proyecto.

A la Ing. María del Carmen Vásquez y a la Ing. Verónica Acosta, por abrirme las puertas y brindarme la información necesaria para sustentar este proyecto.

A Hugo Saavedra por haberme apoyado incondicionalmente y recordarme que siempre debo entregar lo mejor de mí en cada etapa de mi vida.

A todos mis amigos y amigas con quienes compartí estos cinco años llenos de momentos inolvidables.

Jéssica

ÍNDICE

CERTIFICADO	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiiiv
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I.....	1
FRUTAS DESHIDRATADAS Y LAS BPM (BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA).....	1
1.1 Generalidades del Sector	1
1.2 Antecedentes del Producto.....	2
1.3 Situación Actual Frutas Deshidratadas.....	2
1.3.2 Consorcio Ecu-Dehyd.....	5
1.5 Usos y Beneficios	7
1.6 Proceso de Deshidratación.....	8
1.6.1 Deshidratación con la utilización de energía solar.	8
1.6.3 Pasos para el proceso de deshidratación.....	11
1.7 Buenas Prácticas de Manufactura	8
1.7.1 Certificados de Buenas Prácticas de Manufactura	16
1.7.2 Requisitos para la obtención del Certificado BPM.....	17
1.7.3 Ventajas del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura	19
1.7.4 Ámbitos de Aplicación	20
1.8 Marco Legal.....	22
1.8.1 Normativa Vigente de Buenas Prácticas de Manufactura	22
1.8.2 Plan Nacional para el Buen Vivir	23
1.8.3 Objetivos y Políticas para el Plan Nacional del Buen Vivir	23

1.8.4	Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones	26
-------	--	----

CAPÍTULO II.....	28
ESTUDIO DE MERCADO	28
2.1 Aspectos Generales	28
2.2 Producción Ecuatoriana.....	29
2.2.1 Uvilla.....	30
2.2.2 Piña	31
2.2.3 Mango	32
2.2.4 Banano	33
2.3 Exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas	34
2.3.1 Principales empresas ecuatorianas exportadoras.....	37
2.4 Selección y evaluación de Países	38
2.4.1 Principales países exportadores	39
2.4.2 Exportaciones en Cantidad	42
2.4.3 Principales países importadores	43
2.5 Matriz Multicriterios.....	45
2.6 Mercado Destino Alemania.....	48
2.6.1 Tendencia de consumo	48
2.6.2 Segmentación de mercado.....	49
2.6.2 Indicadores Socioeconómicos.....	49
2.7 Comercio Exterior.....	50
2.7.1 Balanza Comercial Ecuador – Alemania	50
2.7.2 Tendencia de las importaciones de Alemania a nivel mundial	51
2.7.3 Proveedores a Alemania	52
2.8.1 Sistema de Generalizado de Preferencias - SGP	53
2.8.1 Tratado arancelario Ecuador en el Marco de la Unión Europea	54
2.9 Barreras Arancelarias y No Arancelarias.....	55
2.9.1 Barreras Arancelarias.....	55
2.9.2 Barreras No Arancelarias	55
2.10 Ruta de ingreso a Alemania	58

CAPITULO III.....	59
COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS.....	59
3.1 Comercialización	59
3.2 Cadena de Valor.....	60
3.3 Matriz FODA.....	61
3.4 Estrategias de Comercialización Internacional	63
3.4.1 Estrategia de Producto	63
3.4.2 Estrategia de Precio	64
3.4.3 Estrategia de Promoción	65
3.4.4 Estrategia de Publicidad.....	66
3.4.5 Estrategia de Distribución.....	67
3.4.5.1 Canales de Distribución.....	67
3.5 Estrategias de los Negocios Internacionales	67
3.5.1 Estrategia Internacional.....	69
3.5.2 Estrategia Multidoméstica o Multinacional.....	69
3.5.3 Estrategia Global.....	69
3.6 Estrategia de exportación	70
3.6.1 Estrategia de formación y capacitación técnica.....	73
3.7 Estrategia de Procesos.....	75
3.7.1 Instructivo para realizar un Manual BPM.....	76
CAPÍTULO IV	84
PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN	84
4.1 Proceso de Exportación.....	84
4.2 Requisitos para exportar.....	85
4.3 Documentos para Declaración Aduanera de Exportación	89
4.3.1 Documentos de soporte	89
4.3.2 Documentos de acompañamiento	94
4.4 Logística de exportación.....	96
4.4.1 Término de Negociación.....	100
4.4.2 Empaque, envase y embalaje	101
4.4.3 Cubicaje	103
4.4.4 Medios de transporte.....	104

4.4.5	Coordinación con la naviera	x 105
4.4.6	Costo del flete internacional	106
4.4.7	Contratación del transporte interno	106
4.4.8	Contrato de seguro interno en origen	110
4.4.9	Despacho	110
4.4.10	Forma de Pago.....	111
4.4.11	Regularización de la DAE.....	114
CAPÍTULO V		115
IMPACTOS		115
5.1	Impacto Social	115
5.1.1	Ejemplo de empresa de éxito en el sector frutas deshidratadas.	116
5.1.2	Desempeño de los productores.....	117
5.2	Impacto Económico	117
5.3	Impacto Ambiental	118
5.3.1	Reciclaje del capuchón de la uvilla.....	119
5.3.2	Incidencia de las BPM en el medio ambiente	122
5.4	Impacto Estratégico	123
5.4.1	Esquemas de implementación de inocuidad	123
CONCLUSIONES		125
RECOMENDACIONES.....		126
BIBLIOGRAFÍA		127
ANEXOS.....		130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Costos del certificado BPM de acuerdo al tipo de establecimiento	18
Tabla 2: Partida arancelaria frutas deshidratadas	34
Tabla 3: Principales países a los que se exportó 2009-2014	35
Tabla 4: Empresas exportadoras	38
Tabla 5: Exportaciones en Valor	39
Tabla 6: Períodos de Crecimiento de las exportaciones 2010-2013	41
Tabla 7: Exportaciones en cantidad -toneladas.....	43
Tabla 8: Importaciones en Valor.....	44
Tabla 9: Períodos de crecimiento de las importaciones mundiales	45
Tabla 10: Variables para la Matriz Multicriterios.....	46
Tabla 11: Indicadores Socioeconómicos de Alemania	49
Tabla 12: Proveedores a Alemania en el período 2010-2014	52
Tabla 13: Matriz FODA.....	62
Tabla 14: Entidades habilitadas que emiten certificados de origen.....	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Deshidratador Solar	9
Figura 2: Primer ambiente del deshidratador solar	9
Figura 3: Segundo ambiente del deshidratador solar	10
Figura 4: Deshidratador semi-industrial de frutas	10
Figura 5: Recepción de la materia prima	11
Figura 6: Clasificación del Producto.....	12
Figura 7: Adición de gotas de cloro.....	12
Figura 8: Relavado de fruta	13
Figura 9: Cargado de fruta en bandeja	13
Figura 10: Colocación de bandejas en el horno deshidratador	14
Figura 11: Selección y verificación de fruta deshidratada.....	14
Figura 12: Empaque de fruta deshidratada (Uvilla).....	15
Figura 13: Almacenamiento de Uvilla	15
Figura 14: Uvilla Fresca y deshidratada.....	31
Figura 15: Piña fresca y deshidratada	32
Figura 16: Mango fresco y deshidratado.....	33
Figura 17: Banano Fresco y deshidratado	33
Figura 18: Exportaciones país destino en toneladas, período 2009-2014 ...	36
Figura 19: Participación de las exportaciones ecuatorianas	37
Figura 20: Participación en valor.....	40
Figura 21: Tendencia de las exportaciones a nivel mundial	41
Figura 22: Crecimiento Anual en Valor	42
Figura 23: Matriz Multicriterios	47
Figura 24: Balanza Comercial Ecuador-Alemania	51
Figura 25: Tendencia de las Importaciones de Alemania	52
Figura 26: Sello de pallet sanitizado	58
Figura 27: Actores de la comercialización	59
Figura 28: Actividades primarias de la cadena de valor.....	60
Figura 29: Información nutricional de frutas deshidratadas	64
Figura 30: Canales de distribución.....	68
Figura 31: Estrategia del programa nacional de consorcios	73

Figura 32: Pantalla principal del sistema Ecuapass	89
Figura 33: Elaboración de solicitud de registro sanitario	95
Figura 34: Selección de institución y tipo de documento	96
Figura 35: Incoterm FOB	101
Figura 36: Caja de cartón de frutas deshidratadas	103
Figura 37: Menú principal AISV	107
Figura 38: Cocinado del capuchón de la uvilla con sosa caústica	119
Figura 39: Capuchones de uvilla cocinados	120
Figura 40: Colocación de capuchones en licuadora	120
Figura 41: Licuado de Capuchones	121
Figura 42: Mezcla de pulpa de capuchones en agua.....	121
Figura 43: Molde de papel de uvilla	122
Figura 44: Relieve de papel de uvilla	122
Figura 45: Sello de certificación BPM	124

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos A: Solicitud Certificación BPM.....	131
Anexos B: Reglamento BPM	132
Anexos C: Formato AISV	151
Anexos D: Factura Contecon	154
Anexos E: Reserva de Exportación	155
Anexos F: Cotización.....	156

RESUMEN

Sin duda el sector alimenticio está creciendo notablemente, razón por la cual muchas empresas desean incursionar en la exportación; el gobierno proporciona apoyo para las actividades productivas que aún no han sido explotadas al máximo, las frutas deshidratadas son apetecidas en países que tienen las cuatro estaciones, ya que debido al clima es difícil encontrar frutas todo el año. La implementación de la certificación de las buenas prácticas de manufactura para las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas ayudará al mejoramiento y fortalecimiento de los procesos, misma que será un punto de partida para que las empresas aspiren a conseguir más certificaciones que ayuden a conseguir una ventaja competitiva, para cumplir con los reglamentos de los mercados internacionales y alcanzar un mayor acceso a estos. Las estrategias de comercialización internacional planteadas en la presente investigación, resultan ser de vital importancia para la exportación de las frutas deshidratadas, mismas que ayudan a promover las exportaciones de este sector y el cambio de la matriz productiva. Al realizar un estudio de mercado se determinó que Alemania es el mejor destino para las exportaciones de frutas deshidratadas, porque además de contar con elevado poder adquisitivo, es un país en el que la tendencia es consumir productos naturales, orgánicos, que no contengan ningún tipo de aditivos artificiales, se inclinan por aquellos alimentos que les brinden beneficios para una vida saludable.

Palabras clave:

- **PROCESO DE DESHIDRATACIÓN**
- **FRUTAS DESHIDRATADAS**
- **BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA**
- **ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL**
- **ALEMANIA**

ABSTRACT

Without doubt the food sector is growing substantially, which is why many companies want to foray into the export; the government provides support for the productive activities that have not yet been fully exploited, the dried fruits are desirable in countries that have the four seasons, due to the climate it is difficult to find fruit all year round. The implementation of the certification of the good manufacturing practices for companies in companies engaged in the development of dried fruits will help the improvement and strengthening of the processes, which will be a starting point for companies that aspire to get more certifications that help you to achieve a competitive advantage, to comply with the regulations of international markets and to achieve a greater access to these. The marketing strategies of international raised in the present investigation, turn out to be of vital importance for the export of dried fruits, which help to promote the exports of this sector and the change of the productive matrix. To carry out a market study found that Germany is the best destination for exports of dried fruits, because in addition to having high purchasing power, is a country in which the trend is to consume natural products, organic, that do not contain any type of artificial additives, are inclined to those foods that they provide benefits for a healthy life.

Key Words:

- **PROCESS TO PREVENT DEHYDRATION**
- **DRIED FRUITS**
- **GOOD MANUFACTURING PRACTICES**
- **INTERNATIONAL MARKETING STRATEGIES**
- **GERMANY**

CAPÍTULO I

FRUTAS DESHIDRATADAS Y LAS BPM (BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA)

1.1 Generalidades del Sector

Ecuador tradicionalmente y por muchos años atrás se ha dedicado a la exportación de petróleo, sin embargo tiene gran diversidad agrícola de productos tradicionales y no tradicionales.

Conforme pasan los años, las exigencias, tendencias y necesidades del mercado mundial, requieren alimentos que cumplan con estándares de calidad para el consumo humano, razón por la cual empresas ecuatorianas han comenzado a elaborar productos con valor agregado que sean competitivos tanto a nivel nacional como internacional.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador, las exportaciones no petroleras en el año 2014 fueron de USD 12.427 millones, es decir con un crecimiento del 16%, con respecto al año 2013, lo que representó un (3.03%) del PIB, valor del cual un (51,5%) a los productos tradicionales y (48,5%) correspondió a los no tradicionales. (Banco Central Del Ecuador, 2014)

La teoría neoclásica del comercio internacional, parte del supuesto que los países son interdependientes económicamente y por ende la mejor política económica a nivel mundial es el libre mercado, así cada país tiene la oportunidad de especializarse en la producción de la mercancía que puede producir con mayor eficacia y, a través del intercambio, cada nación gana. (Czinkota, 2007)

El libre comercio es una vía para que los países adquieran la prosperidad, agregando que “el comercio fomenta la especialización, y la especialización

aumenta la productividad”, como un principal principio la ventaja comparativa. (Lobejón Herrero, 2001)

1.2 Antecedentes del Producto

“Desde tiempos antiguos el hombre hizo de la agricultura una de sus actividades principales donde se utilizaban técnicas para conservar los alimentos, secaban las frutas, vegetales, granos, carnes, pescado, al sol, los mismos que les ayudaba a subsistir en épocas de escasez; es decir ya utilizaban el sistema de deshidratación para conservar los alimentos”. (Galaviz Rodríguez, 2012)

Actualmente utilizando con procesos tecnificados se puede deshidratar frutas frescas como la piña, mango, melón, uvilla, papaya, plátano etc. las cuales son cortadas en pedazos pequeños, a las que se quita su contenido de agua y hace que la fruta preserve sus propiedades nutritivas y naturales como tal, haciéndolas más energéticas por la concentración de los azúcares que posee cada una; y por sus bondades saludables representan una importante demanda a nivel internacional y una oportunidad de diversificación de productos para las exportaciones. (Tafur Garzón, 2009)

La importancia de las frutas deshidratadas en el comercio internacional constituye un importante atractivo comercial, que representan un grupo creciente y variado de productos. (Alimentarius, 2014).

1.3 Situación Actual Frutas Deshidratadas

Ecuador por muchos años atrás y actualmente ha generado gran cantidad de ingresos de divisas dependido de la venta del petróleo y de productos tradicionales como el banano, flores, camarón etc. Existen muchos sectores productivos del país que han sido descuidados por concentrarse mayoritariamente en la venta de petróleo, los mismos que por falta de ayuda técnica, tecnológica y económica no se han podido desarrollar.

La condición geográfica, el clima seco y tropical son elementos que favorecen al cultivo en el Ecuador de una gran variedad de frutas no tradicionales de excelente calidad para su oferta exportable.

Según estadísticas del Banco Central del Ecuador las exportaciones se han fortalecido en la industrialización de alimentos, generando un aporte para el fortaleciendo del sector de frutas no tradicionales.

La demanda de alimentos naturales, saludables y nutritivos, va incrementándose constantemente, generando competencia para el mercado internacional, que deben cumplir procesos regulados de seguridad alimentaria y calidad. La demanda internacional ha generado interés en las empresas involucradas en el sector.

El Plan Nacional para el Buen Vivir plantea el fomento a las exportaciones de productos nuevos, como alimentos frescos y procesados; buscando diversificar y ampliar los destinos internacionales de los productos nacionales.

La transformación de la matriz productiva alterará profundamente no solamente la manera cómo se organiza la producción, sino todas las relaciones sociales que se desprenden de esos procesos; y así alcanzar una de las metas propuestas en el Plan Nacional para el Buen Vivir que es incrementar la participación de exportaciones de productos con intensidad tecnológica alta, media, baja y basado en recursos naturales al 50,0%; y ; Aumentar la participación de la industria manufacturera al 14,5%. Hoy en día la industria de alimentos deshidratados constituye un sector muy importante dentro de la industria alimentaria extendida por el mundo. (Grau, Maupoey, & Albornos Sorolla, 2010)

La gran variedad de productos agrícolas que posee el Ecuador ha generado una gran aceptación internacional, logrando que las frutas deshidratadas sean apetecidas principalmente en países que tienen cuatro estaciones como en Estados Unidos, España, Alemania, Reino Unido, Canadá, ya que es difícil

encontrar durante todo el año frutas como: piñas, mangos, fresas, papayas, uvilla, banano entre otras.

En el Ecuador existen varias empresas que se dedican a la elaboración de frutas deshidratadas y no todas exportan el producto; la mayoría abastece el mercado nacional en autoservicios, supermercados y tiendas, o distribuyen a otras industrias.

El consumidor acoge el producto porque conservan gran parte de los nutrientes de las frutas, por la durabilidad, sabor y la facilidad de consumirlo, el empaque es fácil de abrirlo por lo que resulta una excelente opción de snack para comer una piña, uvilla, plátano, frutilla o mango que pelar la fruta, como consecuencia el consumo de estas frutas de ha incrementado en el país.

El término snack proviene de la palabra en inglés que significa bocadillo, es decir es un alimento ligero que puede ser consumido entre comidas, como papas fritas o frutos secos. (Significados.com)

El 15 de Junio del 2013 PROECUADOR lanzó el primer consorcio de exportación de frutas deshidratadas Ecu-Dehyd, las MIPYMES integradas son: Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak Mikuy, Biolcom, Fruvesol y Álvaro Miño.

Con la ayuda de PROECUADOR, la estrategia de las 6 MYPIMES es incrementar la capacidad de producción y oferta exportable, para comercializar productos de alto valor agregado en mercados internacionales. (PROECUADOR, 2013). La SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), ha priorizado sectores estratégicos, que tienen como fin desarrollar procesos, que entregarán al consumidor productos de excelente calidad, es por esto que la inclusión de las MIPYMES ha aportado considerablemente a la economía del país, teniendo como resultado mejorar la oferta exportable.

1.3.2 Consorcio Ecu-Dehyd

Los consorcios de exportación, están integrados por MIPYMES especializadas en un sector de producción que por lo general no tienen experiencia en la incursión del mercado internacional.

Según la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) “Un consorcio de exportación es una alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y de facilitar la exportación de esos productos mediante acciones conjuntas.” (ONUDI, 2005)

Un consorcio de exportación ayuda a la participación estratégica entre empresas con el fin de facilitarles el acceso a mercados internacionales.

Las empresas que integran un consorcio no pierden su independencia financiera, comercial es decir cada empresa será responsable de sus negocios, entre los beneficios que estas obtienen, está la participación en capacitaciones conjuntas, facilidades para obtención de certificaciones que les permitirán ingresar en mercados internacionales.

PROECUADOR conformó el primer consorcio de frutas deshidratadas denominado Ecu-Dehyd, y está conformado por 6 MIPYMES, Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak Mikuy, Biolcom, Fruvesol y Álvaro Miño. (FAO, 2013)

La conformación del consorcio Ecu-Dehyd es una herramienta para la internacionalización de las MIPYMES, la estrategia principal es unir fuerzas para que les ayude a fortalecer la capacidad de producción, la promoción y posicionamiento de exportaciones ecuatorianas con valor agregado en mercados internacionales

Las frutas que ofertará el consorcio serán: uvilla, plátano, piña y mango. PROECUADOR brindará asesoramiento, capacitación y asistencia técnica.

Para Verónica Acosta, Gerente General de Sumak Mikuy, es primordial el apoyo que les brinda PROECUADOR porque les ha permitido tener un enfoque claro de qué es lo que deben hacer para ingresar a otro país, ha participado en dos misiones comerciales, en Toronto a través de la oficina comercial de Canadá y la segunda en Estados Unidos, esto como empresa les ha permitido comprender el mercado extranjero, entender que cambiar la matriz productiva está enfocada en el incentivo a la producción nacional que dará gran impulso a las exportaciones en este sector. (Acosta, 2015)

También menciona que sí se puede competir en el mercado extranjero, pero con productos orgánicos, y esta es una ventaja para las frutas deshidratadas que tienen esta condición.

Para María del Carmen Narváez, Gerente General de Agroapoyo es importante la conformación del consorcio, y continuar fortaleciendo las actividades de promoción, como la participación en ferias internacionales, para desarrollar objetivos comerciales en corto y mediano plazo. La inversión en recursos es considerable para lograr obtener las suficientes normas y certificaciones que exigen los mercados extranjeros que en ocasiones no pueden ser requerimientos de carácter legal sino comercial pero que ayudan a tener mayor credibilidad al momento de concretar una venta. Menciona también que la tendencia a nivel mundial es comer sano, reemplazar todo lo que son grasas y dulces artificiales por alimentos más naturales crea una ventaja para la comercialización internacional de frutas deshidratadas. (María del Carmen, 2015)

1.4 Características del Producto

La característica principal de las frutas deshidratadas es que no contienen ningún aditivo químico, ni edulcorante artificial, son 100% naturales. Las frutas deshidratadas se encuentran en pequeños trozos, se les ha extraído su contenido de agua, preservando las propiedades nutritivas. Resultan mucho

más energéticas, porque en ellas se concentran azúcares naturales. (SECOEX, 2013)

Una de las ventajas de las frutas deshidratadas es la conservación a temperatura ambiente y no es necesario refrigerarlas una vez abierto el empaque. La deshidratación permite prolongar la vida útil de las frutas hasta un año y así poderlas adquirir en cualquier época en la que normalmente estas no se producen. Es decir constituyen una opción sana y natural que se puede incluir en una dieta diaria.

Los beneficios que ofrecen las frutas deshidratadas son múltiples ya que no pierden sus vitaminas y minerales ya que contienen vitaminas las mismas que actúan como antioxidantes y ayudan al cuerpo a tener una mejor circulación y purificación de la sangre, además mejoran la digestión si se ingiere periódicamente. (El Tiempo, 2014)

1.5 Usos y Beneficios

Estas frutas son idóneas para el arte culinario, ya que forman parte de varios platos y aportan exquisitos sabores a una infinidad de recetas.

Se disminuye considerablemente el peso y el volumen de la fruta y se transforman en un producto fácil de transportarlo.

- Son muy prácticos para consumirlos como Snack.
- Ayudan y acompañan en la decoración de pasteles, helados, postres.
- Ideales para convertirlas en aperitivos con yogurt, cereales, granola.
- Son un sano y nutritivo complemento alimenticio.
- Por su elevada concentración de fibra, a algunas de estas frutas se las utiliza como laxantes, por ejemplo las ciruelas.

- No contienen saborizantes, ni colorantes, logra mantener las propiedades nutritivas y alimenticias de las frutas frescas.
- No contiene grasa ni colesterol.
- Poseen un alto contenido energético.

Las frutas deshidratadas nos presentan beneficios tanto en su alto valor nutricional ya que no requieren de conservantes artificiales ni químicos que afecten a la salud de las personas; las azúcares naturales se encontraran altamente concentradas.

1.6 Proceso de Deshidratación

El proceso de deshidratación no es sino la eliminación de un 85% a un 90% de agua que se encuentra contenida en los alimentos, esto ayuda a la preservación sin que pierdan sus propiedades nutritivas. (Gil , 2010).

Para este proceso se pueden emplear dos tipos de métodos deshidratación utilizando la energía solar y por medio de deshidratadores eléctricos o industriales.

1.6.1 Deshidratación con la utilización de energía solar.

Es un método sencillo de deshidratado, que consiste en colocar las frutas o vegetales en una mesa o rejilla preferiblemente de acero inoxidable que este expuesta directamente a los rayos solares. Los deshidratadores solares son mucho más artesanales que pueden fácilmente pueden ser creados y utilizados por familias u asociaciones. Es una alternativa que beneficia a los pequeños productores, que no tienen la capacidad de comprar máquinas industriales para este proceso, da valor agregado a sus cosechas y genera fuentes de trabajo. La construcción de un deshidratador solar es económico.

Y los materiales que se necesitan son: Madera o barras de metal para el montaje de la estructura, mesas o bandejas de acero inoxidable, plástico 100% hermético como se puede apreciar en la Figura 1. La capacidad de estos puede ser de 2 a 3 toneladas en 3 días. La temperatura de la mesa una vez concentrado el calor del sol puede superar los 65° C y la temperatura ambiente va de 40° a 45°.



Figura 1: Deshidratador Solar

Fuente: Imágenes Google, 2014

Adaptado por: Jéssica Crespo

Las instalaciones de los deshidratadores solares tienen dos ambientes, en el primero ingresa el personal lava y desinfecta su uniforme de trabajo, ahí se elimina todo tipo de insecto que pudo haber ingresado. (Ver Figura 2)



Figura 2: Primer ambiente del deshidratador solar

Fuente: Imágenes Google, 2014

Adaptado por: Jéssica Crespo

En el segundo se encuentran las mesas de acero inoxidable en las que se coloca homogéneamente las frutas ya cortadas y listas para ser deshidratadas, como se puede observar en la Figura 3.



Figura 3: Segundo ambiente del deshidratador solar

Fuente: Imágenes Google, 2014

Adaptado por: Jéssica Crespo

1.6.2 Deshidratación mediante secadores industriales.

Para la realización de este proceso es necesario la utilización de equipos que cuenten con sistemas de control de temperatura, en la Figura 4 se observa un secador semi-industrial utilizado en la planta de Sumak Mikuy.



Figura 4: Deshidratador semi-industrial de frutas

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3 Pasos para el proceso de deshidratación

De acuerdo a la visita realizada a la planta de Sumak Mikuy a continuación se describen los pasos para el proceso de deshidratación.

1.6.3.1 Preparación del área de procesamiento: Se debe tener la completa certeza de haber realizado una limpieza del área en la que se va a trabajar y desinfección de los materiales que se utilizarán para la deshidratación de las frutas, evitando así la contaminación de los mismos.

1.6.3.2 Recepción de la materia prima: Para recibir la materia prima que se va a utilizar se debe realizar un control cualitativo y cuantitativo, verificando que las frutas que se está recibiendo cumpla con las especificaciones requeridas. Por ejemplo Sumak Mikuy recibe materia prima de los pequeños productores de la zona, realizan un registro de la cantidad y calidad para luego realizar el pago, como lo muestra la Figura 5.



Figura 5: Recepción de la materia prima

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.3 Clasificación: Se debe descartar todo producto que se encuentre en mal estado o que esté demasiado maduro y seleccionar todos

aquellos que se encuentren frescos, libres de golpes y con una textura firme. (Ver Figura 6)



Figura 6: Clasificación del Producto

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.4 Pesado: Es necesario pesar la cantidad de frutas que va a ser procesada para posteriormente evaluar el rendimiento de las mismas. Por ejemplo en frutas como piña, banano, mango y uvilla existen ciertos porcentajes de merma.

1.6.3.5 Lavado: Las frutas deben ser lavadas con abundante agua para retirar cualquier tipo de impurezas, tierra, y de ser necesario sumergirlas en fuentes de agua con gotas de cloro como se muestra en la Figura No.7 que ayuda de forma más efectiva a liberar microorganismos o fungicidas que se encuentren adheridas en el producto.



Figura 7: Adición de gotas de cloro

Fuente: Sumak Mikuy

En la Figura 8 se observa como nuevamente se lava únicamente en agua para eliminar los residuos de cloro que pudieran quedar.



Figura 8: Relavado de fruta

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.6 Pelado: Consiste en pelar la fruta retirando la cáscara, hojas, tallos, dependiendo de la fruta se lo puede realizar manualmente utilizando cuchillos o mediante máquinas peladoras, por ejemplo las uvillas no necesitan ser peladas, el mango, la piña y el plátano sí.

1.6.3.7 Cortado: Con la utilización de utensilios o equipos adecuados se realiza el corte de la fruta, este puede ser en trozos de igual tamaño para lograr uniformidad en el proceso de secado.

1.6.3.8 Colocación en Bandejas: Cuando se haya concluido con el proceso de corte de la fruta se debe colocar de manera uniforme los trozos de fruta en bandejas de acero inoxidable, como se muestra en la Figura 9.



Figura 9: Cargado de fruta en bandeja

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.9 Deshidratación: Se coloca las bandejas en el horno deshidratador, considerando una temperatura recomendada de 50° a 60° C, y un tiempo que varía de acuerdo al tipo de fruta, por ejemplo para la uvilla es de 30 horas, para el banano de 20 a 25 horas, para la piña de 24h a 26h. (Ver Figura 10)



Figura 10: Colocación de bandejas en el horno deshidratador

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.10 Enfriamiento y verificación: Una vez transcurrido el tiempo se deja que las bandejas con las frutas se enfríen a temperatura ambiente, posteriormente se realiza a una verificación visual para comprobar que no existan residuos como cáscaras, y un control de calidad que comprueba las especificaciones requeridas, como se muestra en la Figura 11.



Figura 11: Selección y verificación de fruta deshidratada

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.11 Empacado: El proceso de empaque se realizará siempre y cuando las frutas estén bien frías, se pesará la cantidad que irá en cada bolsa de polipropileno y se sellará, en la Figura 12 se observa que Sumak Mikuy empaqueta la uvilla en grandes bolsas para entregar el producto a otras empresas. En la etiqueta debe constar la información nutricional, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, marca y otras especificaciones que se crean necesarias.

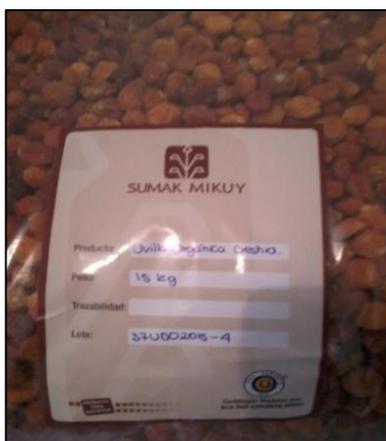


Figura 12: Empaque de fruta deshidratada (Uvilla)

Fuente: Sumak Mikuy

1.6.3.12 Almacenamiento: Se debe conservar el producto terminado en un lugar limpio y fresco. (Ver Figura 13)



Figura 13: Almacenamiento de Uvilla

Fuente: Sumak Mikuy

1.7 Buenas Prácticas de Manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son una herramienta fundamental que se usan en todos los procesos de elaboración y manipulación de los alimentos; aportan al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, que garantizan la inocuidad y calidad de los mismos para el consumo humano. (Díaz & Uría, 2012)

En la actualidad su empleo se encuentra extendido por todo el mundo y se ha constituido en base para la certificación de calidad en el comercio internacional. (Secilio, 2005). Constituyen un prerrequisito para el aseguramiento de la calidad, así como también en las actividades de los establecimientos y que ayudan al desarrollo de procesos relacionados con la elaboración de alimentos; son normas imprescindibles para la aplicación del Sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) que en español significa Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, así como también para el empleo de programas de gestión de calidad total o de un sistema como las ISO 9000.

Los Organismos que participan y velan por la provisión de alimentos sanos y por un comercio justo y seguro de los mismos son la OMS (Organización Mundial de la Salud), la FAO (Food and Agriculture Organization - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), que por medio del Códex Alimentarius, han recomendado la aplicación e implementación de Sistemas de Aseguramiento de la Calidad en los alimentos, como por ejemplo las BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), y el HACCP (Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control). (FAO, 2012)

1.7.1 Certificados de Buenas Prácticas de Manufactura

En Ecuador la entidad encargada de velar que se cumplan las normas con respecto a la higiene, sanidad y calidad en el procesamiento de alimentos es

el ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Vigilancia y Control Sanitario), siendo responsable la Dirección Técnica de Buenas Prácticas y Permisos; así como también es la única entidad que emite los certificados de Buenas Prácticas de Manufactura. (Ministerio de Salud Pública, 2013)

Los Certificados BPM son otorgados para personas naturales o jurídicas que se dedican a elaborar, fabricar, procesar, envasar, almacenar, transportar, comercializar, distribuir, preparar y manipular productos de uso y consumo humano.

1.7.2 Requisitos para la obtención del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) realiza un análisis documental, para verificar que los establecimientos cumplan con los requisitos necesarios para iniciar el proceso de Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura, los requisitos que se deben presentar son:

- Una solicitud dirigida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)
- Llenar Formulario de solicitud de certificación en buenas prácticas de manufactura para las plantas procesadoras de alimentos sobre su utilización (Ver Anexo No.1)
- Copia del permiso de funcionamiento vigente.
- Copia de los registros sanitarios vigentes de los productos que la planta procesa.
- Presentar un diagrama de flujo de los procesos por parte del responsable técnico de la planta.
- Copia del comprobante de pago de los derechos correspondientes a la emisión del Certificado de Operación sobre la utilización de Buenas Prácticas de Manufactura.

En la Tabla 1 se detalla los costos por tipo de establecimiento para la obtención del Certificado de Operación sobre la utilización de las Buenas Prácticas de Manufactura, mismos que deberán ser cancelados por la empresa solicitante a nombre del Ministerio de Salud Pública.

Tabla 1

Costos del certificado BPM de acuerdo al tipo de establecimiento

Tipo de Establecimiento	Costo
Industria	5 Sueldos Básicos Unificados
Mediana Industria	4 Sueldos Básicos Unificados
Pequeña Industria	3 Sueldos Básicos Unificados
Microempresa	2 Sueldos Básicos Unificados
Artesanal	1 Sueldo Básico Unificado

Fuente: ARCSA

Elaborado por: Jéssica Crespo

Una vez que la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria haya revisado todos los documentos requeridos asignará a una entidad que se encargará de realizar la inspección para otorgar a la empresa el Certificado de Operación sobre la Base de Buenas Prácticas de Manufactura de Alimentos Procesados. Cuando haya concluido la inspección, la entidad encargada debe realizar un informe suscrito por el inspector mismo que debe ser presentado a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, donde se detallará si se encontraron puntos críticos en el proceso de producción, en el caso de no encontrarse novedades se emitirá el Certificado de Operación sobre la Base de Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos, la vigencia de este documento será de 3 años a partir de la fecha de su concesión. Conforme el artículo 84 del Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados, las autoridades competentes podrán inspeccionar anualmente a las empresas y plantas procesadoras que hayan obtenido el Certificado de Operación sobre la Base de Buenas

Prácticas de Manufactura, para verificar si se están cumpliendo las normas y condiciones que se establecieron al momento de otorgar el documento.

1.7.3 Ventajas del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura

Las ventajas de la obtención de este certificado para las MIPYMES de frutas deshidratadas son múltiples, por ejemplo:

- **Crea nuevas oportunidades de acceso a mercados internacionales:** La demanda de las frutas deshidratadas ya no solo será a nivel nacional sino también internacional, con la ventaja de que son 100% naturales y se encuentran dentro de la tendencia mundial de consumo de alimentos saludables, libres de grasas y endulzantes artificiales.
- **Impulsa la competitividad:** Si en algunos mercados los Certificados de Buenas Prácticas de Manufactura no son una exigencia legal se convierte en un requisito comercial primordial con el que se puede competir frente a una empresa que no lo tenga.
- **Garantiza una elaboración de alimentos saludables e inocuos para el consumo humano:** es decir con la obtención de este certificado las empresas brindan seguridad alimentaria a los consumidores.
- **Suma valor a los productos, aumentando la confianza de los clientes.**
- **Agilizan la aplicación del Sistema HACCP:** La implementación del certificado de Buenas Prácticas de Manufactura es un punto de partida para que las empresas implementen más certificaciones que les ayudan a ser más eficientes administrativamente, técnicamente,

en producción y señalan las falencias, cuellos de botella y darán soluciones para el mejoramiento continuo.

1.7.4 Ámbitos de Aplicación

De acuerdo al Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados las empresas deben aplicar procedimientos para la elaboración de productos en los siguientes ámbitos.

1.7.4.1 Instalaciones

Las instalaciones de las empresas deben garantizar que las operaciones sean realizadas higiénicamente desde el ingreso de la materia prima hasta la obtención del producto terminado. La construcción de estas debe ser diseñada de manera que se proteja el ambiente de producción, es decir que impida que ingresen contaminantes, plagas, y evitar que se encuentre en zonas con riesgos de inundación. La distribución del área debe permitir un mantenimiento apropiado para una fácil limpieza y desinfección, se debe colocar elementos inflamables en lugares con suficiente ventilación, además debe dividirse zonas determinadas para la recepción, almacenamiento y procesamiento de materia prima.

Es indispensable que las instalaciones cuenten con sistemas abastecimiento de agua potable. Debe determinarse el área en la que se colocarán los desechos fuera de la zona de producción.

1.7.4.2 Equipos y utensilios

Los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación o preparación de los alimentos preferiblemente deben ser de acero inoxidable de manera que eviten la contaminación del producto, deben estar provistos de instrumentación adecuada que permita la calibración de los mismos en el caso de ser necesario.

Los equipos utilizados para la deshidratación de frutas serán los secadores, hornos, mesas y bandejas de acero inoxidable, cuchillos para el pelado de la piña y mango.

1.7.4.3 Personal

La empresa debe desarrollar programas de capacitación permanente, dando a conocer al personal la importancia de las Buenas Prácticas de Manufactura. Es de suma importancia que el personal se encuentre en buen estado de salud y que conozca los hábitos de higiene y cuidado personal, al iniciar el trabajo llevar el uniforme adecuado y cumplir un procedimiento constante para el lavado de manos.

1.7.4.4 Materia Prima

Cuando se recibe la materia prima primero se debe separar aquella que no cumpla con los parámetros de calidad establecidos por la empresa y almacenar las frutas frescas seleccionadas en áreas adecuadas que eviten la contaminación de las mismas.

1.7.4.5 Operaciones de producción

La fabricación de los alimentos debe cumplir con las normas establecidas, evitando la contaminación en el proceso de producción, se los debe realizar en instalaciones apropiadas, utilizando equipos que funcionen correctamente, utensilios limpios.

1.7.4.6 Envasado, etiquetado y empaquetado

El envase para las frutas deshidratadas deberá ser de un material no tóxico, y libre de contaminantes.

1.7.4.7 Almacenamiento y transporte

El área de almacenamiento debe mantener condiciones higiénicas y ambientales apropiadas. Para el transporte de frutas deshidratadas no es necesario vehículos que cumplan con cadenas de frío ya que el producto no lo requiere, pero si deben estar autorizados para el transporte de alimentos.

1.7.4.8 Aseguramiento y control de calidad

Las empresas deben contar con un sistema de control de calidad y aseguramiento de inocuidad, desde la materia prima hasta el producto terminado. Un plan de saneamiento que incluya control de plagas porque por el dulce de las frutas pueden aparecer mosquitos u hormigas.

1.8 Marco Legal

La información directa del presente estudio corresponde a las bases legales de: El Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura, Plan Nacional del Buen Vivir, COPCI (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones).

1.8.1 Normativa Vigente de Buenas Prácticas de Manufactura

El sector alimenticio es un sector priorizado por el gobierno ecuatoriano, y las empresas dedicadas a la deshidratación de frutas como piña, mango, plátano, frutilla, uvilla; estas son agroindustrias que transforman a las frutas de su estado natural a deliciosos y nutritivos snack's fáciles de llevar. El sector de alimentos dedicado a la deshidratación de frutas requiere cumplir parámetros que estén relacionados con las Buenas Prácticas de Manufactura tanto en sus instalaciones, materiales y equipos, materias primas, proceso de envases y embalajes, así como seguridad ocupacional, las mismas que son indispensables y necesarias para asegurar la inocuidad de alimentos.

Según el Registro Oficial Ecuatoriano N. 896, nombrado bajo Decreto Ejecutivo 285 del 18 de Marzo del 2010, señala la importancia de la aplicación

de las Buenas Prácticas de Manufactura para las industrias que se dediquen al procesamiento de alimentos, las mismas que facilitarán un control total de la cadena de producción, distribución y comercialización, incluso una estrategia para el comercio exterior. (Registro Oficial Ecuador 896, 2013)

Según el Registro Oficial 696 del 4 de Noviembre del 2002, nombrado bajo Decreto Ejecutivo 3253, se expide el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados.

En el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura indica que la aplicación de las BPM en el proceso de elaboración y producción general de los alimentos se debe asegurar que sean aptos para el consumo humano, asegurando la higiene en la manipulación, preparación, envasado y almacenamiento. Una de las principales características es que permite a las empresas mejorar los métodos operacionales generando competitividad para los mercados internacionales. (Registro Oficial 696, 2002)

1.8.2 Plan Nacional para el Buen Vivir

El Plan Nacional para el Buen Vivir fue liderado por la SENPLADES (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa), y aprobado el 24 de junio de 2013, mediante Resolución No. CNP-002-2013. (SENPLADES, 2013). El Plan cuenta con objetivos, políticas y lineamientos estratégicos que sin lugar a dudas generarán el Buen Vivir (Sumak Kawsay) de todos los ecuatorianos en el país y se impulsará su desarrollo.

1.8.3 Objetivos y Políticas para el Plan Nacional del Buen Vivir

La presente investigación se basa en los siguientes objetivos, políticas y lineamientos estratégicos del Plan Nacional del Buen Vivir:

Objetivo 5. *Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.*

Política 5.4 *Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva.*

Lineamiento 5.4.d *Estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional.*

La implementación de las Buenas Prácticas de Manufactura generará un fortalecimiento para las MYPIMES en el Ecuador, para que así oferten productos de calidad.

La política 5.4 y lineamiento 5.4.d de este objetivo promueve el desarrollo y la participación de agricultores y pequeñas industrias que podrán dar un valor agregado y obtener trazabilidad en sus productos elaborados, que posteriormente serán distribuidos y comercializados, aportando a la transformación de la matriz productiva.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva: Aquí la meta que se plantea el sector alimenticio especialmente el sector dedicado a la elaboración de frutas deshidratadas es conseguir una mayor productividad que haga a las empresas mucho más competitivas y sustentables. (SENPLADES, 2013). Se hace referencia a las siguientes políticas y lineamientos estratégicos:

La política 10.1 en el que se busca generar un mayor valor agregado a los productos así como también diversificar su oferta exportable.

Y en la misma política 10.1 inciso c se busca consolidar una transformación estratégica de los sectores industriales y manufactureros, en los que se incorporen procesos con valor agregado y fortalezcan la capacidad de

innovación y un apoyo colectivo en el aprendizaje, es decir que sí es necesario la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura en las Mipymes. Con estas políticas y lineamientos se logrará cumplir 2 metas fundamentales:

10.1. Incrementar la participación de exportaciones de productos con intensidad tecnológica alta, media, baja y basado en recursos naturales al 50,0%.

10.3. Aumentar la participación de la industria manufacturera al 14,5%.

Actualmente las pequeñas y medianas empresas en el sector alimenticio en algunos casos como trabajan conjuntamente para obtener mayor producción e incremento de su oferta exportable, es por esto que el mercado nacional e internacional cada vez se vuelve más exigente, por lo que es indispensable que se elabore productos de calidad y con valor agregado, razón por la cual muchas de las empresas trabajan para obtener certificaciones que afirmen que están cumpliendo con las normas adecuadas de calidad. Las certificaciones ayudan a tener trazabilidad en los productos y acceso a mercados internacionales logrando incrementar las exportaciones con la oferta de productos de calidad y aptos para el consumo humano.

La oportunidad para la exportación de frutas deshidratadas, el sector alimenticio ostentará un alto nivel de competencia en el mercado, considerando importante que los productos ofertados cumplan un proceso regulado de seguridad alimentaria y calidad. El nivel de exigencia aumenta si se busca abastecer a los mercados que ofrecen mejores niveles de ingreso y oportunidades de negocio.

Con el fomento de las exportaciones para las frutas deshidratadas se creará más fuentes de trabajo para los pequeños productores y les ayudará a mejorar sus cultivos.

Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica

Este objetivo establece un sistema económico social, solidario y sostenible, en el que el trabajo colectivo es importante para el desarrollo y progreso de una nación, es decir no únicamente se explotará los recursos para la generación de riqueza sino que existe una visión positiva de preferir una producción limpia.

Impulsa el uso responsable, estratégico y sustentable que deben manejar las industrias especializadas en el sector alimenticio.

1.8.4 COPCI (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones)

Este código hace referencia al Art. 306 de la Constitución de la República en el que dispone; La obligación estatal de promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (Registro Oficial Ecuador 452, 2011)

En el Artículo 54 del COPCI habla acerca de la Institucionalidad y Competencias en el cual el Consejo de la Producción dispondrá acerca de las políticas para el fomento y desarrollo de las MIPYMES con los ministerios sectoriales, y que en el inciso d menciona sobre la gestión que deberán realizar para la presentación de programas de capacitación, en los que se entregue información para la promoción de la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.

El artículo 93 Fomento a la exportación del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, menciona el fomento a la producción que realizará el estado orientado a las exportaciones, dando a las Mipymes, información, asistencia técnica, capacitación para la promoción de sus productos en

mercados externos. Es decir incentiva a las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas a incentivar la exportación. El COMEX (Comité de Comercio Exterior) es una de los organismos que tiene como objetivo apoyar e impulsar estrategias que impulsen el desarrollo del comercio exterior, para que el Ecuador tenga una inserción en la globalización de la economía. Al detallar los compromisos que ha propuesto el gobierno por medio de las bases legales correspondientes, para la sustitución de las importaciones y fomentar las exportaciones del sector productivo es un factor muy importante que deben aprovechar las empresas manufactureras. El presente proyecto se ve beneficiado directamente con estas políticas ya que incentiva a la promoción de las exportaciones de las frutas deshidratadas, otorga beneficios que lograrán que este sector se desarrolle exitosamente. Conforme a lo establecido en las bases y fundamentos de las leyes promulgadas por el gobierno del Ecuador, es accesible que el sector de las frutas deshidratadas ingrese a mercados internacionales ya que existen muchas ventajas para productos que no se exporta tradicionalmente, esto motiva a las empresas a elaborar productos que sean mucho más competitivos, fomentando las estrategias de certificación que complementan la calidad y ayuden a generar competitividad.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Aspectos Generales

El mercado para el sector de las Frutas Deshidratadas es muy atractivo por la diversidad de frutas exóticas utilizadas para el proceso de deshidratación, que guarda las propiedades de la fruta sin utilizar ningún tipo de aditivo o edulcorante artificial que transforme su sabor original.

Los constantes cambios, nuevas exigencias de los mercados mundiales y la globalización, promueven épocas de cambio, que crean nuevas tendencias de consumo, obligando al Ecuador a diversificar las exportaciones, desarrollar e incentivar productos no tradicionales, mismos que tienen una gran acogida internacionalmente. Es importante analizar un mercado, pues permite a las empresas tomar decisiones correctas a la hora de exportar.

En los últimos años ha sido notable el crecimiento y preferencia por consumir productos naturales y saludables, esta tendencia representa mayores oportunidades comerciales para los países en desarrollo, y un aumento del ingreso per cápita de los países. Los consumidores cada día muestran preocupación por la salud, prestan atención a nuevos productos que les brinden características saludables.

Ecuador busca alcanzar una producción planificada, sustentable y competitiva y ampliar la oferta exportable para los productos no tradicionales, misma que será posible con las políticas y reglamentos que buscan mejorar los sectores priorizados, y prepararlos para la inserción en el mercado nacional e internacional, por medio de la transformación de la matriz productiva.

2.2 Producción Ecuatoriana

Ecuador es un país privilegiado, gracias a su condición geográfica, clima seco y tropical, los agricultores pueden sembrar los 365 días del año, y cosechar gran variedad de frutas tropicales mismas que son demandadas en otros países por su calidad. (Macas, 2014)

Las frutas de Ecuador se caracterizan por ser completamente naturales, poseen un alto grado de concentración en sabor y aroma, esto representan una oportunidad comercial en mercados internacionales, tanto en fruta fresca, pulpas, jugos naturales y en Frutas Deshidratadas.

Según el boletín de análisis de mercados publicado en enero del 2013, por PROECUADOR, informa que desde el año 2007 se empezó a comercializar fruta deshidratada en el mercado interno, el aporte de varios productores nacionales ha sido importante porque las Mipymes han ido diversificando los productos de acuerdo a las preferencias y nuevas tendencias del consumo de alimentos. (PROECUADOR, 2013).

Las frutas deshidratadas participan de un mercado perfecto para la comercialización, convirtiéndose en un producto accesible que pueden consumirlo todas las personas sin distinción alguna de clase social. Según un reporte de PROECUADOR, las frutas frescas no tradicionales más demandadas en el mercado internacional son: mango, papaya, piña, uvilla, pitahaya y granadilla; de las cuales el mayor consumo de estas frutas son en Estados Unidos, Chile, países de la Unión Europea como Alemania, España, Holanda y Bélgica; de las deshidratadas son uvilla, piña, banano y mango.

A continuación se describirá en breves rasgos las cuatro frutas deshidratadas más demandadas en el mercado internacional, principalmente estadounidense y europeo.

2.2.1 Uvilla

Como primera fruta se observa en la Figura 14 a la uvilla fresca y deshidratada.

Las propiedades nutricionales de la uvilla hacen que sea altamente cotizada en el mercado internacional. Tiene un alto grado de concentración de vitamina A y C, ayuda a regular el nivel de azúcar en la sangre para las personas diabéticas, posee propiedades energéticas para el cerebro, actúa como adelgazante, eficaz para las afecciones de la garganta, aumenta las defensas, mucho más cuando se la deshidrata ya que los nutrientes se concentran mejor y de una forma natural.

Los principales competidores que tiene Ecuador son Colombia y Perú, sin embargo la ventaja de la uvilla ecuatoriana es que se la produce como fruta orgánica, razón por la cual abierto puertas de mercados internacionales que tienen conceptos de alimentación saludable para el consumo de alimentos que no contengan ningún tipo de químico.

Según un reporte del INIAP (Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias), señala que en el Ecuador existen entre 250 y 300 hectáreas sembradas de uvilla, es decir se determina que existen 21' 600 000 plantas.

Las zonas de cultivo principalmente son en la Sierra en:

Región norte en: Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi, Otavalo, Cayambe, Tabacundo, Pomasqui, Yaruquí, Pifo, Tumbaco.

Región central: Latacunga, Salcedo, Pujilí, Pelileo, Montalvo, Patate, Pallatanga, Alausí, Guamote.

Región sur: Tambo, Santa Ana, Paute, Loja, Gualaceo, Girón, Catamayo, Vilcabamba.

Verónica Acosta Gerente General de Sumak Mikuy menciona que el precio por kilo de uvilla que se paga a los productores oscila entre USD 1.90 a USD 2.30, dependiendo del grosor y calidad de la uvilla.

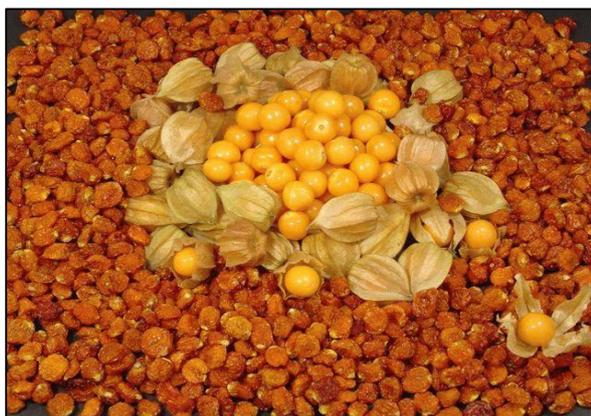


Figura 14: Uvilla Fresca y deshidratada

Fuente (Imágenes Google, 2014)

Adaptado por: Jéssica Crespo

2.2.2 Piña

La piña es una fruta que posee vitaminas A, B1 y C, contiene un 85% de agua, las propiedades nutricionales se concentran mejor al deshidratarla, su consumo ayuda a la purificación de la sangre, el alto contenido de vitamina C, mayor formación de colágeno, glóbulos rojos que aporta a tener una piel más bonita y saludable, contribuye al buen funcionamiento del sistema inmunológico, protege el corazón porque ayuda a disolver las grasas.

Al deshidratarla se vuelve menos ácida y mantiene su sabor. En la Figura 15 se observa piña fresca y deshidratada.

El cultivo y disponibilidad de piña en Ecuador se da durante todo el año, y asegura el abastecimiento para exportación.

Por ser una fruta tropical, las plantaciones de piña están localizadas en la Costa ecuatoriana principalmente en las provincias Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Esmeraldas, Manabí, Esmeraldas, El Guayas y El Oro.



Figura 15: Piña fresca y deshidratada

Fuente (Imágenes Google, 2014)

Adaptado por: Jéssica Crespo

2.2.3 Mango

Los aportes nutricionales del mango, permiten que sea competitivo con el resto de frutas tropicales, es de excelente calidad, tiene un exquisito sabor, vitaminas A, B y C, contiene alto contenido de carbohidratos, por ser bajo en calorías ayuda a disminuir los niveles de colesterol, al ser deshidratado todos estos beneficios se concentran mucho más. (Fundación Mango Ecuador)

El mango ecuatoriano de exportación, es uno de los mejores del mundo, reconocido como fruta tropical exótica, su consumo mayoritario es como fruta fresca. La disponibilidad es de octubre a enero. Su industria ha dado grandes pasos importantes en cuanto a certificaciones de buenas prácticas agrícolas y de manufactura. (Largancha, 2013)

Las zonas de cultivo del mango son en El Oro, y principalmente en la provincia del Guayas, la superficie aproximada es de 7 700 hectáreas y de las cuales 6 500 hectáreas están destinadas a la exportación. (Fundación Mango Ecuador). En la Figura 16 se observa mango fresco y deshidratado.



Figura 16: Mango fresco y deshidratado

Fuente (Imágenes Google, 2014)

Adaptado por: Jéssica Crespo

2.2.4 Banano

El banano es altamente nutritivo, posee una buena cantidad de fibras y carbohidratos, es desintoxicante y purificador para el organismo, disminuye el nivel de colesterol, al ser una fruta suave al deshidratarla toma una textura mucho más firme que ayuda a que no se estropee. En la Figura 17 se observa banano fresco y deshidratado. Ecuador es el primer país exportador mundial de banano, sus principales mercados son Rusia, Unión Europea y Estados Unidos. (El Universo, 2014) La disponibilidad de esta fruta es de todo el año, las provincias en las que se cultiva el banano son en Los Ríos, El Oro, Guayas, Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Quevedo, Azuay, Napo, Pastaza, Orellana.



Figura 17: Banano Fresco y deshidratado

Fuente (Imágenes Google, 2014)

Adaptado por: Jéssica Crespo

2.3 Exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas

Para la obtención de información estadística, se consultó en el Arancel Integrado de Importaciones del Ecuador y para frutas deshidratadas se hará referencia a la partida arancelaria 0813.40.00, conforme se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2

Partida arancelaria frutas deshidratadas

Sección II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida Sist. Armonizado 0813	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo
SubPartida Regional 0813.40.00	Las demás frutas u otros frutos

Fuente: Arancel Integrado de Importaciones del Ecuador

Elaborado por: Jéssica Crespo

Según datos del Banco Central del Ecuador desde el año 2009 al 2014 el sector de frutas deshidratadas aún es pequeño, pero tienen un alto potencial. La demanda de nuevos productos en mercados como Estados Unidos y la Unión Europea ha impulsado a que las empresas ecuatorianas promuevan la diversificación de la oferta exportable. El mercado europeo tiene una gran acogida de productos exóticos, que sean sanos naturales, orgánicos, la tendencia es una alimentación saludable. En los últimos 5 años Ecuador exportó frutas deshidratadas a Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Holanda (Países Bajos), Turquía, España, Australia, Bélgica, Austria, Italia siendo los 10 principales países conforme se muestra la Tabla 3.

Tabla 3**Principales países a los que se exportó en el período 2009-2014**

País	Toneladas 2009-2014	FOB – Dólar 2009-2014	% Participación FOB 2009-2014
Alemania	243.90	2,336.99	27.02
Estados Unidos	198.32	2,083.56	24.09
Reino Unido	133.62	1,320.54	15.27
Holanda(Países Bajos)	185.47	1,101.98	12.75
Turquía	44.03	417.23	4.83
España	122.64	308.01	3.57
Australia	24.80	263.95	3.06
Bélgica	19.79	166.66	1.93
Austria	13.18	137.14	1.59
Italia	9.52	91.79	1.07
Demás Países	40.33	421.76	4.97
Total Período 2009-2014	1,035.51	8,649.47	100.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jéssica Crespo

En el período 2009-2014 se exportó a Alemania 243,9 toneladas lo que representa USD 2,336.99 millones de dólares, siendo el principal mercado para frutas deshidratadas, seguido de Estados Unidos con 198,32 toneladas, en el Gráfico 1 se observa la cantidad de toneladas exportadas a los países de la Unión Europea como Holanda (Países Bajos), Turquía y España, que se interesan por este producto, por su tendencia de consumo de alimentos orgánicos, naturales que aporten al beneficio de la salud.

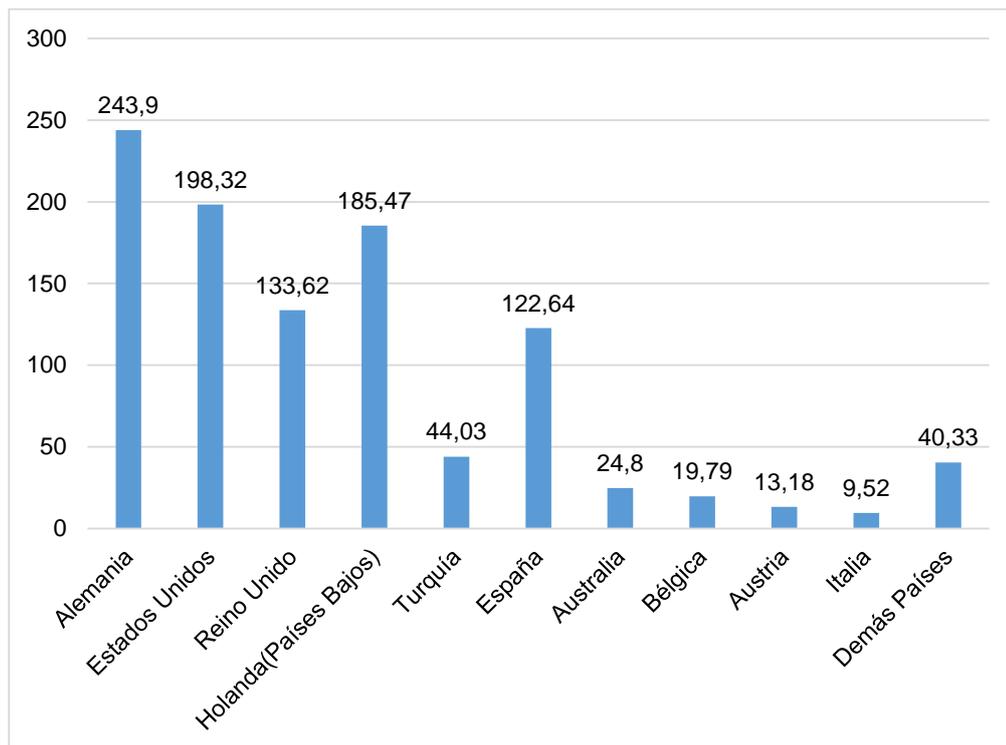


Figura 18: Exportaciones país destino en toneladas, período 2009-2014

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jéssica Crespo

En la Figura 19 se observa la que el mayor porcentaje de participación de las exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas se concentra en los países de la Unión Europea, siendo Alemania el mercado principal.

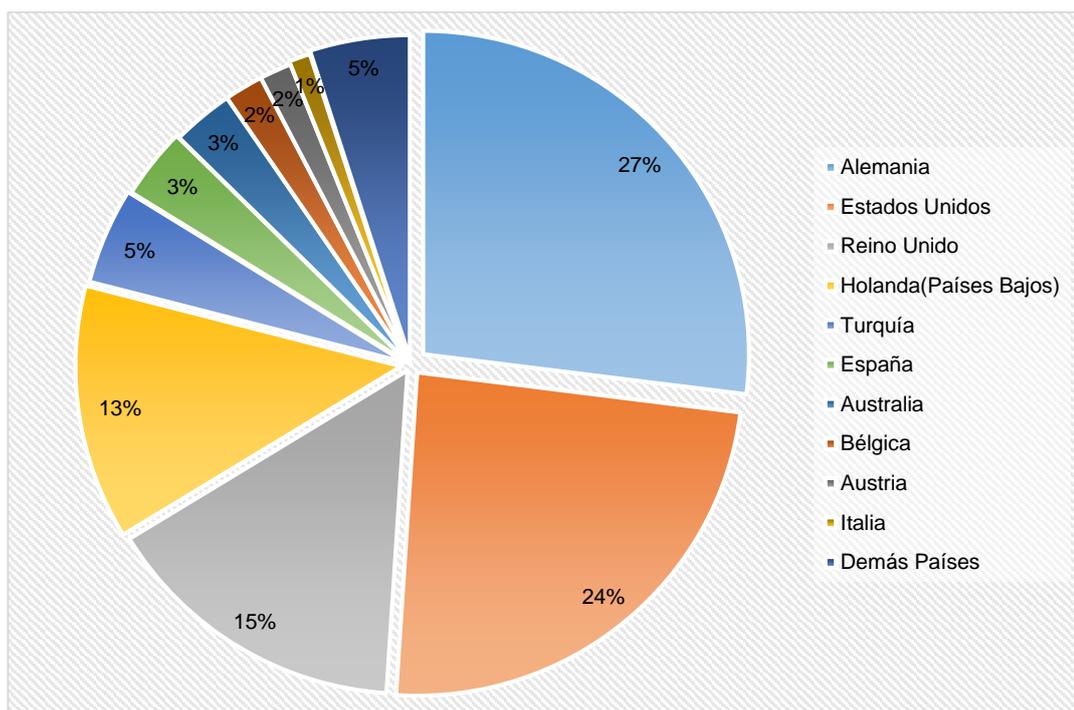


Figura 19: Participación de las exportaciones ecuatorianas

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.3.1 Principales empresas ecuatorianas exportadoras de frutas deshidratadas.

Existen muchas empresas que se dedican a la elaboración de frutas deshidratadas pero no todas tienen la capacidad para exportarlas, pero la industria crece considerablemente por lo tanto existen mayores oportunidades para que las empresas sigan especializándose, capacitándose para incursionar en mercados extranjeros, en la Tabla se detallan las principales empresas exportadoras.

Tabla 4
Empresas exportadoras

Empresa Exportadora	Ciudad	Teléfono	Página Web
B2B Ecuador S.A	Guayaquil	042 630 020	www.b2becuador.net
Fruttimanía S.A	Quito	022 792 430	www.fruttimania.com.ec
Frutierrez del Ecuador	Quito	022 222 680	
Profrutas Cía. Ltda.	Guayaquil	042 255 027	www.natutropic.com
Produtankay	Guayaquil	042 234 457	
Terrafétil	Tabacundo	022 675 365	www.terra-fertil.com

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.4 Selección y evaluación de Países

Para estructurar una selección idónea de un país destino para exportación, es importante tomar en cuenta los aspectos culturales, económicos, comerciales y geográficos, considerar factores que hagan competitivos a los productos, por ejemplo el precio, la innovación, certificaciones, y cumplimiento de los estándares de calidad para la industria alimentaria.

Mediante estadísticas de la evolución de las exportaciones del sector de frutas deshidratadas, se podrá analizar qué país es al que se puede introducir el producto.

El objetivo en general de las empresas que se dedican a la elaboración de las frutas deshidratadas es introducir sus productos en mercados internacionales, obtener certificaciones que den competitividad y valor agregado a los alimentos, para tener una oferta exportable necesaria que satisfaga el mercado.

2.4.1 Principales países exportadores

En la Tabla 5 se detalla los diez principales países exportadores de frutas deshidratadas a nivel mundial, Tailandia con una participación del 22,18% y China con el 11,73% son los principales exportadores de este producto. Ecuador representa el 0,21% en participación del valor total de exportaciones en el mundo de frutas deshidratadas.

Tabla 5
Exportaciones en Valor

Países Exportadores	2010	2011	2012	2013	Participación % (Año 2013)
Tailandia	100.763,00	308.101,00	393.224,00	170.216,00	22,18
China	79.813,00	87.565,00	91.955,00	90.008,00	11,73
Alemania	43.675,00	50.213,00	57.828,00	63.984,00	8,34
Estados Unidos de América	59.985,00	70.127,00	73.722,00	62.959,00	8,20
Francia	8.034,00	17.572,00	19.223,00	10.405,00	1,36
Grecia	796,00	1.215,00	5.298,00	8.215,00	1,07
Argentina	2.822,00	3.988,00	4.946,00	4.404,00	0,57
Brasil	2.812,00	3.929,00	3.488,00	3.917,00	0,51
Colombia	688,00	4.689,00	2.006,00	2.690,00	0,35
Ecuador	1.060,00	2.407,00	1.008,00	1.628,00	0,21

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

Desde el año 2010 Ecuador refleja un crecimiento en el valor total de sus exportaciones, siendo su mejor año el 2011, estas cifras representan una ventaja para las pequeñas empresas que quieren exportar frutas

deshidratadas. En el Figura 20 se muestra la participación en valor de los principales países exportadores de frutas deshidratadas en el año 2013.

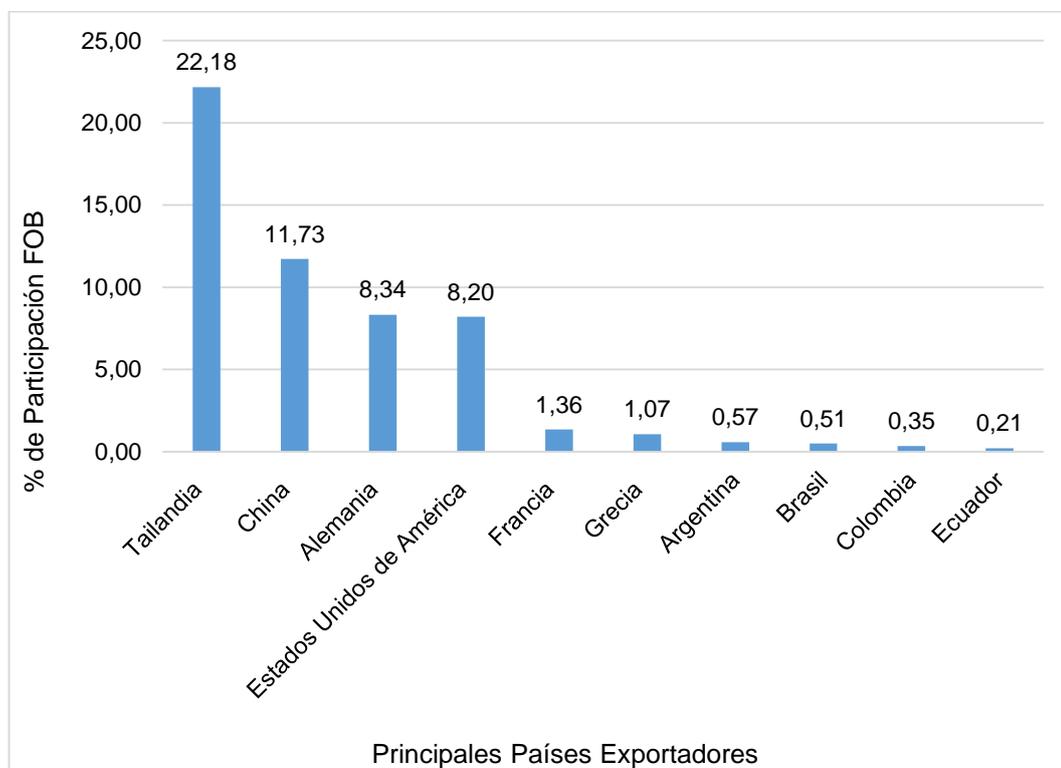


Figura 20: Participación en valor

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

Como se muestra en la Figura 21, la Tendencia de las exportaciones ecuatorianas de frutas deshidratadas se muestra creciente ya que en el año 2010 exportó 1.060,00 miles de USD pasando al mejor año el 2011 con un total de exportaciones de 2.407,00 miles de USD, y aunque en el año 2012 tuvo un decrecimiento para el año 2013 las exportaciones volvieron a subir.

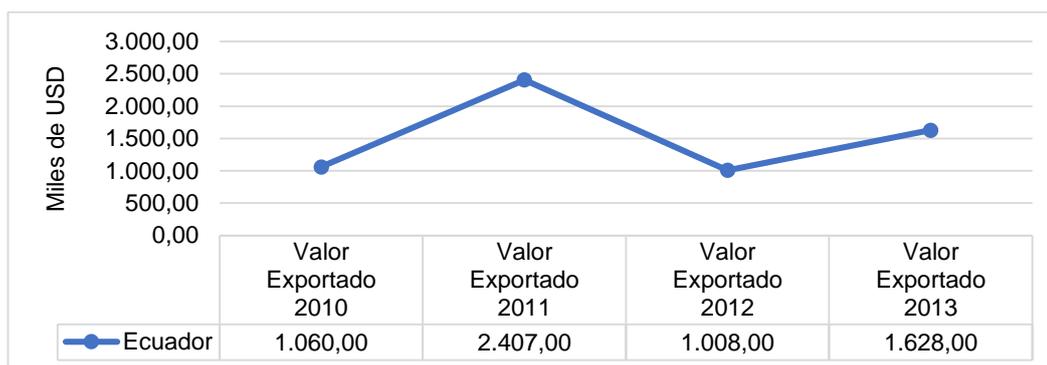


Figura 21: Tendencia de las exportaciones a nivel mundial

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

Las cifras de la Tabla 6 hacen referencia al crecimiento anual de las exportaciones de los principales países exportadores de frutas deshidratadas, incluido Ecuador. Tailandia mantiene períodos de crecimiento positivos aunque a partir del 2010 el porcentaje va disminuyendo considerablemente.

Tabla 6

Períodos de Crecimiento de las exportaciones 2010-2013

Países Exportadores	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Tailandia	60%	28%	7%
China	10%	5%	-2%
Alemania	15%	15%	11%
Estados Unidos de América	17%	5%	-15%
Francia	69%	9%	-6%
Grecia	53%	36%	55%
Argentina	41%	24%	-11%
Brasil	40%	-11%	12%
Colombia	82%	-57%	34%
Ecuador	27%	-8%	32%

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

Se toma como referencia a Alemania, Grecia como los principales países exportadores de Frutas Deshidratadas para compararlos con Ecuador. Se puede observar en la Figura 22 en el período 2011-2012 Ecuador tuvo un decrecimiento en las exportaciones pero para el año 2013 se recupera mostrando un crecimiento del 32%.

Según los datos obtenidos del TradeMap, los factores que generaron que exista decrecimiento en las exportaciones son la baja productividad y la demanda de los mercados.

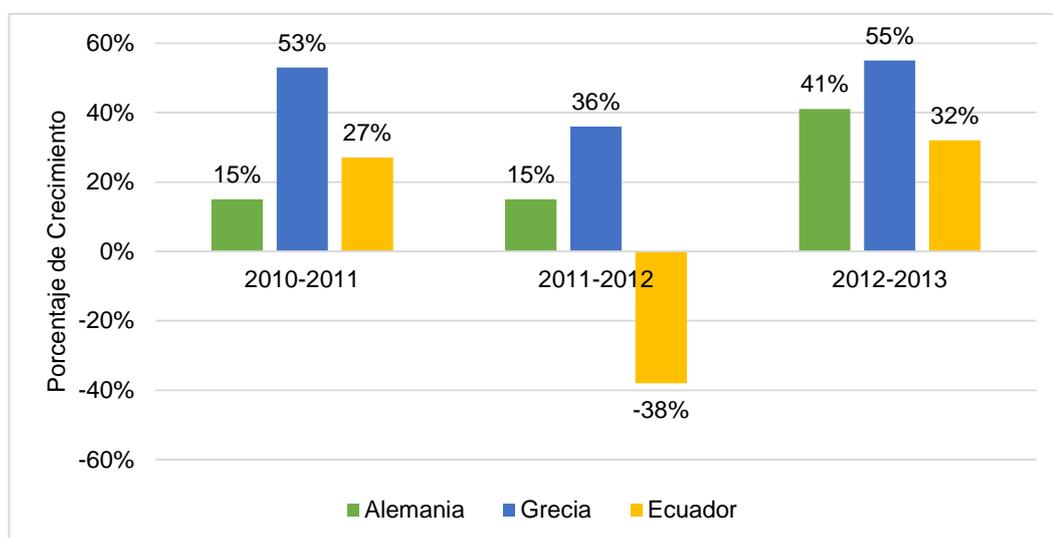


Figura 22: Crecimiento Anual en Valor

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.4.2 Exportaciones en Cantidad

La cantidad de exportaciones de Frutas Deshidratadas está expresada en toneladas. Tailandia sigue siendo el principal país exportador, incluso en la participación de toneladas exportadas a nivel mundial con un porcentaje del 19,85%. El 80,15% restante de países son también productores y exportadores de Frutas Deshidratadas. Ecuador tiene el 0,17% de participación en toneladas exportadas para la oferta del mercado.

Tabla 7

Exportaciones en cantidad -toneladas

Países Exportadores	2010	2011	2012	2013	Participación % (Año 2013)
Tailandia	111.988,00	180.383,00	156.983,00	166.293,00	19,85
China	20.409,00	16.707,00	19.177,00	17.427,00	9,52
Alemania	15.529,00	14.611,00	14.532,00	16.522,00	6,32
Estados Unidos de América	111.320,00	124.538,00	120.883,00	106.498,00	11,32
Francia	14.615,00	17.998,00	17.310,00	22.126,00	2,28
Grecia	1.311,00	925,00	11.862,00	2.416,00	1,02
Argentina	29.035,00	36.556,00	26.108,00	38.804,00	0,79
Brasil	149,00	157,00	118,00	134,00	0,63
Colombia	400,00	3.277,00	637,00	249,00	0,32
Ecuador	107,00	348,00	145,00	232,00	0,17

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.4.3 Principales países importadores

De los 10 principales países importadores de frutas deshidratadas a nivel mundial, en la Tabla 8 se observa que Alemania tiene un 9,68% de participación seguido de Reino Unido con 9,01%, de ahí Francia presenta un 3,82% y España con el 2,20% también poseen una importante participación del valor total de las importaciones en el mundo, lo que demuestra que estos 10 países son potenciales compradores.

Tabla 8
Importaciones en Valor

Países Importadores	2010	2011	2012	2013	Participación % 2013
Alemania	172.788	189.418	170.267	207.995	9,68
Reino Unido	164.971	186.414	176.317	193.683	9,01
Estados Unidos de América	152.412	180.879	192.109	186.444	8,68
Francia	76.704	83.487	80.144	82.154	3,82
Canadá	61.272	67.958	70.140	66.397	3,09
Países Bajos (Holanda)	41.967	49.795	44.314	58.515	2,72
Japón	52.795	54.364	62.766	56.233	2,62
Italia	47.165	49.147	44.693	52.982	2,47
México	49.513	52.309	51.865	48.205	2,24
España	66.233	58.219	39.380	47.374	2,20

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

En la Tabla 9 se observa que la trayectoria de las exportaciones de Alemania son positivas a excepción del período 2011-2012 en el que las importaciones decrecieron en un 10%, otro de los países representativos son los Países Bajos que para el período del año 2013 cerró sus importaciones con un 22%. Sin embargo España a pesar del decrecimiento de las importaciones en los dos últimos años presentó un crecimiento considerable en las importaciones con un 20% de las importaciones a nivel mundial.

Tabla 9

Períodos de crecimiento de las importaciones mundiales

Países Importadores	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Alemania	10%	-10%	22%
Reino Unido	13%	-5%	10%
Estados Unidos de América	19%	6%	-3%
Francia	9%	-4%	3%
Canadá	11%	3%	-5%
Países Bajos (Holanda)	19%	-11%	22%
Japón	3%	15%	-10%
Italia	4%	-9%	19%
México	6%	-1%	-7%
España	-5%	-6%	20%

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.5 Matriz Multicriterios

La Matriz Multicriterios es un sistema de clasificación de dos dimensiones y se relaciona con la matriz BCG, ayuda a medir la participación en el mercado y el crecimiento de la industria. (Lambin, 1991). La matriz tiene dimensiones que se dividen en tres niveles, que definen nueve casillas que corresponden a una posición estratégica en la que se ubicarán los países más competitivos, así como también definirá que países a los que no es recomendable direccionar la oferta de un determinado producto.

Existen cuatro zonas determinantes las mismas que son:

- Zona A, señala una orientación estratégica de mantenimiento sin inversión o desinversión.
- Zona B, representa una estrategia de desarrollo selectivo, lo cual indica que la ventaja competitiva es débil pero el mercado posee un alto atractivo de referencia.
- Zona C, indica que existe crecimiento ofensivo, ya que hay un atractivo del producto hacia un mercado determinado y que la empresa posee un alto grado de capacidad competitivo.
- Zona D, señala que existe una estrategia de perfil bajo, ya que consiste en defender la posición sin incurrir en gastos elevados.

En la tabla 10 se refleja las variables de tasa de crecimiento y participación en el mercado de los datos estadísticos del TradeMap de las exportaciones de frutas deshidratadas del año 2010 y 2011, para la elaboración de la matriz multicriterios.

Tabla 10
Variables para la Matriz Multicriterios

Países Importadores	Tasa de Crecimiento entre 2010-2011	Participación en el Mercado 2011
Estados Unidos de América	54,23%	21,00
Reino Unido	38,20%	13,00
Alemania	69,20%	31,00
España	57,24%	29,00
Países Bajos (Holanda)	47,45%	12,00
Turquía	-18,45%	6,00
Australia	19,76%	2,00

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

En la Figura 23 se observa que Alemania y España se encuentran en la Zona C, sin embargo Alemania Tiene mayor representatividad, la tasa de crecimiento es mayor que la de España y también la participación en el mercado indica que Alemania es altamente competitivo, generando confianza a las empresas de Frutas Deshidratadas que deseen posicionar su producto en ese país. Los Países Bajos se encuentran en la zona B, lo que representa que el mercado es altamente atractivo pero es necesario implementar una estrategia que permita desarrollar su competitividad. Turquía se encuentra en la zona A, ya que presenta un bajo nivel de crecimiento al igual que el nivel de competitividad. La tendencia de las Exportaciones de frutas deshidratadas se inclina por los países de la Unión Europea, siendo Alemania el país principal, seguido de España, Países Bajos, Reino Unido, ya que estos países optan cada vez más por una alimentación saludable.

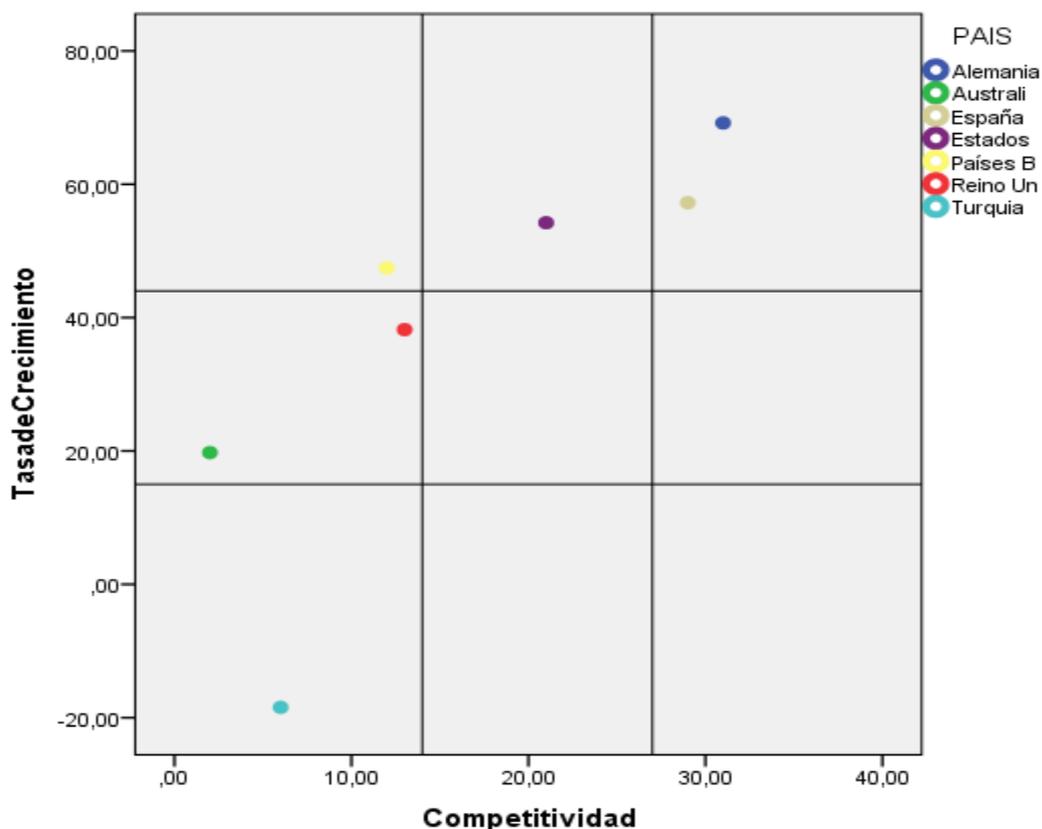


Figura 23: Matriz Multicriterios

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.6 Mercado Destino Alemania

Después de haber realizado un estudio para la selección y evaluación de los países se determinó que Alemania es el mercado idóneo al pueden exportar las empresas dedicadas a la producción y elaboración de frutas deshidratadas.

Alemania posee gran interés por los productos orgánicos, es decir productos que sean naturales, es uno de los importadores más grandes de alimentos y bebidas en el mundo, lo que quiere decir que representa un importante nicho de mercado para las frutas deshidratadas, considera que estos alimentos son de mayor calidad por ser saludables y seguros para su consumo.

2.6.1 Tendencia de consumo

La tendencia de consumo en Alemania de estos alimentos es altamente atractiva pues es un país que carece de producción de frutas exóticas, como las que oferta Ecuador, además posee un alto grado de conciencia basado en una alimentación saludable, consumo de productos orgánicos, que contengan vitaminas y nutrientes necesarios para una vida sana, mismas características que ofrecen las frutas deshidratadas, y que Ecuador las ha considerado dentro de su oferta exportable no tradicional.

Otra de las tendencias de consumo en Alemania es la de los alimentos listos para consumir, característica de las frutas deshidratadas, porque no necesitan de preparación posterior alguna, la conveniencia de consumo y el ahorro de tiempo estimulan a la demanda a interesarse por estos productos.

Cada vez la variedad de frutas deshidratadas que se puedan presentar en el mercado son una ventaja para que se produzca un crecimiento en el consumo de las mismas además que llama mucho la atención el tiempo de duración de este snack que es aproximadamente de un año.

2.6.2 Segmentación de mercado

Según un reporte del Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación de Alemania (BMVEL) el consumo per cápita de frutas deshidratadas en su país es de 1.7kg por año. Los consumidores principales son aquellas personas que tienen alta conciencia por el cuidado de la salud, buscan productos que se encuentren debidamente etiquetados, que cuenten con información suficiente de la trazabilidad del alimento que van a consumir, preferiblemente que sean son orgánicos. Alemania se ubica en el cuarto lugar a nivel mundial en el consumo de frutas deshidratadas en Europa. Los demás países en Europa son: España, Reino Unido e Italia entre los principales; tal como se pudo evidenciar en las estadísticas mostradas anteriormente.

2.6.2 Indicadores Socioeconómicos

Al haber seleccionado Alemania para la exportación de frutas deshidratadas, se realizará un análisis del país elegido para ver las oportunidades de ingresar en ese mercado. En la Tabla 11 se describen los principales indicadores socioeconómicos de Alemania. La población es de 80'996,685 habitantes, siendo uno de los diez y ocho países más poblados a nivel mundial.

Tabla 11

Indicadores Socioeconómicos de Alemania

Población	80, 996,685 (Julio 2014 est.)
Crecimiento poblacional	(0.18)% (2014 est.)
Capital	Berlín
Principales Ciudades	Berlín, Hamburgo, Múnich, Colonia
PIB	USD 3.593 Trillón (2013 est.)
Crecimiento PIB	0.5% (2013 est.)
PIB per cápita	USD 39,500 (2013 est.)
Composición del PIB por sector	Agricultura: 0.8% (2013 est.)

CONTINÚA 

	Industria: 30.1% (2013 est.)
	Servicios: 69% (2013 est.)
Moneda oficial	Euro
Tasa de cambio	0.7634 Euros por USD (2013 est.)
Tasa de Inflación anual	1.6% (2013 est.)
Inversión Bruta (% PIB)	17.5% (2013 est.)

Fuente: Central intelligence Agency-United States of America

Elaborado por: Jéssica Crespo

Adaptado por: Jéssica Crespo

2.7 Comercio Exterior

2.7.1 Balanza Comercial Ecuador – Alemania

El crecimiento de las exportaciones hacia Alemania es notable según la Figura 24 se puede observar claramente como las exportaciones de Ecuador hacia Alemania se han mantenido positivas, y desde el año 2009 al año 2014 ha aumentado en 199717,12 miles de dólares.

La balanza comercial llegó a su punto más alto en el año 2012 con 187148,60 miles de dólares. Las exportaciones de frutas deshidratadas representan el 0,10% del total de las realizadas en el período 2009 – 2014.

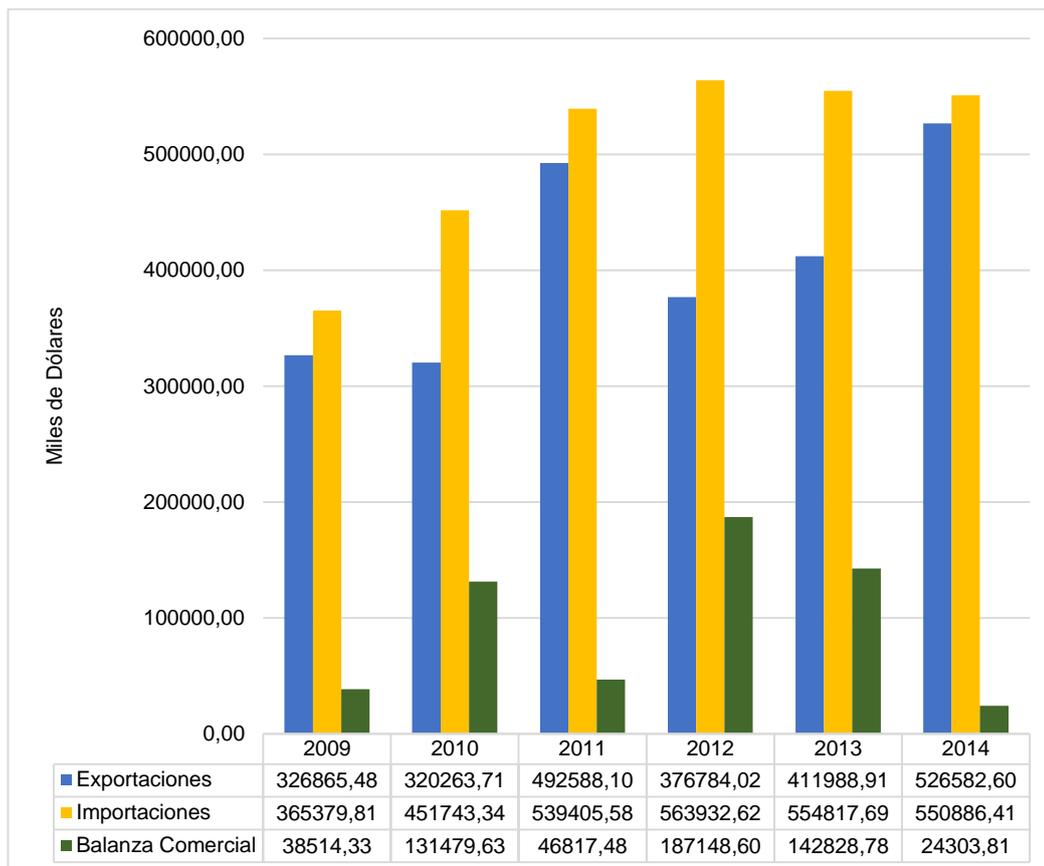


Figura 24: Balanza Comercial Ecuador-Alemania

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.7.2 Tendencia de las importaciones de Alemania a nivel mundial

Las importaciones que realiza Alemania desde distintos países del mundo ha tenido un constante crecimiento como se muestra en la Figura 25 desde el año 2010 hasta el año 2014 con un total importado de USD 231,589 millones, esta tendencia de crecimiento se debe a la alta conciencia por consumir productos que contribuyan al cuidado de la salud, productos que promuevan una alimentación sana, baja en grasas.

Además este tipo de productos cuentan con certificaciones que garantizan la inocuidad de los alimentos, las mismas que dan un valor agregado y llevan trazabilidad del producto al consumidor final. Las frutas deshidratadas se han dado a conocer como alimentos orgánicos con altas propiedades nutritivas.

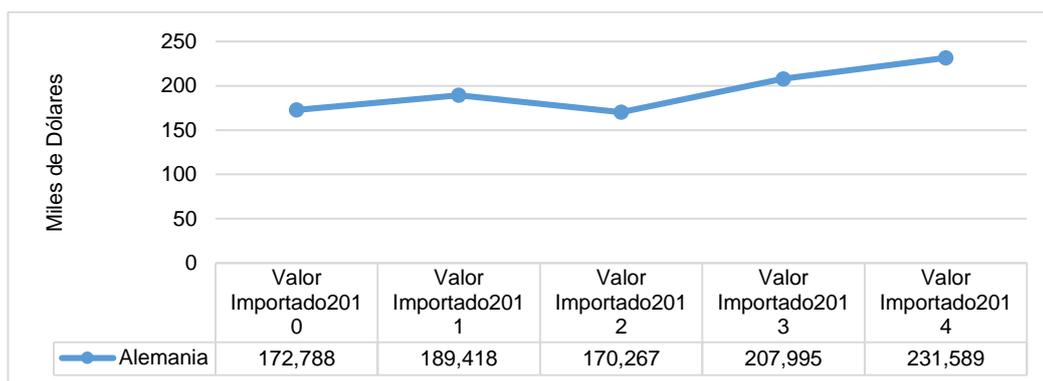


Figura 25: Tendencia de las Importaciones de Alemania

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.7.3 Proveedores a Alemania

Como se observa en la Tabla 12, el principal país exportador de frutas deshidratadas a Alemania es Turquía con un valor total de USD 208.925 miles de dólares en el período 2010-2014 lo que representa un porcentaje de participación del 21,5% del total. Ecuador en el período 2010-2014 exportó frutas deshidratadas a Alemania USD 2.678 miles de dólares lo que representa el 0,3% de participación en las importaciones de Alemania.

Tabla 12

Proveedores a Alemania en el período 2010-2014

Países Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	Total 2010-2014	Participación del Valor total % 2010-2014
Turquía	41.670	45.770	33.110	39.365	49.010	208.925	21,5%
China	20.946	23.533	21.402	28.855	32.106	126.842	13,0%
Estados Unidos de América	31.305	28.830	26.614	32.269	26.203	145.221	14,9%
Chile	27.908	30.915	23.949	26.185	21.581	130.538	13,4%
Argentina	2.365	2.202	1.371	1.543	2.050	9.531	1,0%

CONTINÚA 

Colombia	129	324	264	326	1.164	2.207	0,2%
Tailandia	1.145	967	1.209	1.371	1.100	5.792	0,6%
Dinamarca	782	650	1.353	482	448	3.715	0,4%
Ecuador	340	1.212	525	379	222	2.678	0,3%
Perú	15	85	243	146	151	640	0,1%

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jéssica Crespo

2.8 Acuerdos comerciales Ecuador – Alemania

Los acuerdos comerciales sean bilaterales o multilaterales, buscan otorgar beneficios y preferencias, sean estas arancelarias totales o parciales, para el ingreso de mercancías de los países en desarrollo.

Ecuador y Alemania se encuentran vinculados bajo acuerdos comerciales obtenidos con la Unión Europea.

2.8.1 Sistema de Generalizado de Preferencias - SGP

Desde el año 2005 Ecuador se ha beneficiado del SGP, consecuencia de esto las exportaciones con destino a la Unión Europea han aumentado.

Uno de los objetivos principales del SGP, ha sido incentivar a los gobiernos para a crear programas sociales, que ayuden a potenciar las capacidades de las empresas para que puedan ingresar en mercados internacionales, permitiendo mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El SGP promueve los procesos de industrialización para diversificar las exportaciones, incremente el ingreso de divisas a los países beneficiarios.

Para diciembre del 2014 estaba previsto el cierre del acuerdo SGP, pero la Comisión Europea propuso a Ecuador que se mantengan los beneficios del mismo de manera temporal, por medio de una solicitud de renovación realizada el acuerdo seguirá vigente en el año 2015 pero no podrá ir más allá del 2016. (El Comercio, 2014)

También se menciona en el Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo del 18 de diciembre del 2014, relativo al trato arancelario a las mercancías originarias de Ecuador, en la consideración número cuatro establece que a partir del 1 de enero del 2015, se mantenga el nivel de los tipos de derechos que eran aplicables a mercancías originarias de Ecuador el 12 de diciembre del 2014. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

2.8.1 Tratado arancelario a las mercancías originarias del Ecuador en el Marco de la Unión Europea

Según el anuncio del gobierno ecuatoriano el 17 de julio del 2014 se cerró el acuerdo comercial con la Unión Europea, en la última ronda de negocios realizada en Bruselas, Bélgica.

Este acuerdo respeta el modelo de desarrollo del Ecuador y permite proteger los sectores sensibles, incrementar la transferencia tecnológica, las inversiones contribuyendo así al cambio de la matriz productiva, para que el país pueda exportar productos manufacturados y con mayor valor agregado. Los productos agrícolas ecuatorianos a excepción del banano entrarán con arancel cero al mercado. Entrará en vigencia dentro de 18 a 24 meses a partir del cierre del acuerdo, una vez que el Parlamento Europeo lo apruebe. En el artículo 2 sobre el trato arancelario, del Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo del 18 de diciembre del 2014, relativo al trato arancelario a las mercancías originarias de Ecuador, menciona que no aumentarán los derechos de aduana aplicados a las mercancías originarias de Ecuador el 12 de diciembre del 2014 y después de esa fecha no se introducirá ningún nuevo derecho de aduana con respecto a dichas mercancías.

Este acuerdo beneficiará enormemente a la producción nacional, ya que el sector agrícola podrá potenciar y ofertar sus productos con valor agregado a Alemania, causa de esto se creará mayores fuentes de empleo en este sector.

2.9 Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Los países aplican barreras arancelarias y no arancelarias como instrumentos de política comercial que son aplicados a las importaciones y a las exportaciones para regular el flujo comercial entre sus socios comerciales.

2.9.1 Barreras Arancelarias

Con respecto a las frutas deshidratadas, para ingresar a Alemania las medidas arancelarias son del 0%.

2.9.2 Barreras No Arancelarias

Las mercancías que ingresan a la Unión Europea deben cumplir con normas que busquen proteger la salud del consumidor, estas normas o requisitos difieren según el tipo de producto. Para poder exportar productos alimenticios a Alemania es necesario contar con una certificación que avale la inspección de sanidad en la elaboración de los alimentos.

2.9.2.1 Requisito Sanitario

Entre los requisitos para que las frutas deshidratadas ingresen a Alemania se encuentran los de control sanitario para productos alimenticios de origen no animal.

El registro sanitario para los alimentos garantiza que el producto está aprobado para el consumo humano, se basa en regulaciones y normas establecidas por la ley Orgánica de Salud.

En Ecuador la entidad encargada de otorgar estos registros sanitarios es la Agencia de Regulación y Control Sanitario (ARCSA).

2.9.2.2 Requisitos Técnicos

María del Carmen Narváez gerente general de Agroapoyo, comenta que si bien es cierto el certificado de buenas prácticas de manufactura y HACCP no son requisitos legales obligatorios, son indispensables para establecer relaciones comerciales e ingresar a nuevos mercados sobre todo de la Unión Europea, ya que es un mercado en el que se necesita corroborar la inocuidad de los alimentos y garantizar seguridad alimentaria.

Para llegar a una certificación HACCP es primordial contar primero con Buenas Prácticas de Manufactura. Las frutas deshidratadas son productos orgánicos, lo cual da un valor agregado ya que la Unión Europea acepta estos alimentos. Por eso es importante contar con certificaciones orgánicas.

En las visitas realizadas a las empresas, Sumak Mikuy, Agroapoyo, Biolcom, dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas, manifestaron que tienen certificación orgánica avalada por la BCS de Alemania.

La BCS-Alemania, es una agencia certificadora independiente con sede en Alemania, que está acreditada para garantizar el cumplimiento del Reglamento Europeo en cuanto a certificación orgánica.

2.9.2.3 Certificado fitosanitario para los pallets de madera

Con el objetivo de disminuir el ingreso de plagas, relacionadas al embalaje de madera, en este caso los pallets de madera utilizados para exportaciones, deben cumplir medidas fitosanitarias correspondientes a la reglamentación NIMF-15 (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias), expedidas y diseñadas por La Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (IPPC – The International Plant Protection Convention), organismo de la ONU.

Las medidas de la reglamentación NIMF-15 también deberán ser aplicadas por los productores nacionales de empaques y embalajes destinados a la exportación. Para el cumplimiento de esta norma existen dos requisitos básicos, primero el certificado de origen del pallet y el segundo certificado del tipo de tratamiento aplicado para su sanitización.

Con respecto al cumplimiento del tipo de tratamiento es necesario tener conocimiento sobre:

- El tratamiento térmico o por sus siglas en inglés HT- Heat Treatment, esta medida menciona que: *“El embalaje de madera deberá calentarse conforme a una curva específica de tiempo/ temperatura, mediante la cual el centro de la madera alcance una temperatura mínima de 56 grados centígrados durante un tiempo mínimo de 30 minutos”*.
- La fumigación del embalaje con bromuro de metilo (MB). (FAO, 2014)

En Ecuador el sello que certifica que el pallet está libre de plagas y que se ha sometido al tratamiento antes mencionado deberá detallar lo siguiente:

- Logo de IPPC
- Código del productor o proveedor
- HT, tratamiento térmico o MB, bromuro de metilo
- AGROCALIDAD (país)

Ejemplo: EC-R-130

- EC: Ecuador
- R: inicial de provincia
- 130: número de registro

En la Figura 26 se observa un ejemplo del sello del pallet sanitizado, tomado de la planta industrial el Roble, dedicada a la fabricación de pallets de madera.



Figura 26: Sello de pallet sanitizado

Fuente: (Planta industrial El Roble)

2.10 Ruta de ingreso a Alemania

Para la facilitación de los procesos logísticos de importación y exportación Alemania cuenta con modernos puertos y aeropuertos.

El puerto marítimo principal y considerado como el más grande de Alemania se encuentra ubicado en la ciudad de Hamburgo.

Para el proceso logístico de exportación de frutas deshidratadas esta mercancía deberá ser embarcada en el puerto marítimo de Guayaquil. El tiempo aproximado de tránsito por vía marítima es de 25 días hasta el puerto de Hamburgo.

El puerto de Hamburgo también conocido como “la puerta de entrada al mundo”, cuenta con cuatro grandes terminales de contenedores, es un importante centro de transporte para el flujo mundial de carga.

CAPITULO III

COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS

3.1 Comercialización

La comercialización sin duda alguna facilita la venta de los productos y a colocarlos en el lugar adecuado y el momento oportuno para que el consumidor final los tenga a su alcance y los pueda consumir. Cada día la competencia internacional alrededor del mundo, provoca que los países busquen formas de comercialización ya que van apareciendo nuevos competidores, existen clientes cada vez más exigentes, nuevos reglamentos y normas técnicas que exigen estándares de calidad para el ingreso de los productos. Por esta razón la comercialización internacional es un elemento muy importante que hace seguimiento desde el productor en el país de origen hasta el consumidor final en el país de destino; en este proceso están involucradas actividades de compra y venta; promoción y publicidad. En la Figura 27 se observa los actores que intervienen en la comercialización. (Amstrong, 2010)



Figura 27: Actores de la comercialización

Fuente: (Amstrong, 2010)

Elaborado por: Jéssica Crespo

3.2 Cadena de Valor

Según Porter la cadena de valor es una herramienta que permite el análisis de la actividad de la empresa, está constituida por elementos básicos que son las actividades primarias, mismas que tienen que ver con el desarrollo del producto, la producción, la logística y comercialización; y las actividades de soporte que ayudan a las actividades primarias, estas incluyen la administración de los recursos humanos, la compra de bienes y servicios y las que incluyen el desarrollo tecnológico.

En la Figura 28 se puede observar las actividades primarias de la cadena de valor para las empresas de frutas deshidratadas.



Figura 28: Actividades primarias de la cadena de valor

Elaborado por: Jéssica Crespo

- **Logística Interna.-** Esta operación inicia con el traslado de la materia prima fresca por parte de los proveedores a la planta.
- **Clasificación de la materia prima.-** Los trabajadores de la planta encargados de la recepción de la materia prima, así como también de la clasificación de las frutas frescas, mismo proceso que permite la optimización de los procesos de producción.
- **Producción.-** es una actividad importante y principal dentro de la empresa, porque es donde se unen todos los esfuerzos de los empleados para la elaboración de las frutas deshidratadas, y obtener un producto que cumpla con los estándares de calidad.

- **Logística Externa.-** Debido al tamaño del mercado en Alemania, para lograr una distribución adecuada de las frutas deshidratadas, se la realizará mediante la Waren-verein misma que representa una Asociación de Importadores de Alimentos Elaborados de Hamburgo.
- **Marketing y Ventas.-** Se planteará estrategias que ayuden al posicionamiento del producto en el mercado alemán.
- **Servicio.-** La empresa contará con una persona encargada de brindar soporte al distribuidor, en cuanto a información sobre certificaciones, procesos utilizados para la elaboración del producto.

Actividades de Soporte

- **Infraestructura, Recursos Humanos y Operaciones.-** Con la finalidad de apoyar la estrategia, la empresa iniciará con el proceso de certificación de buenas prácticas de manufactura, que se considera como un factor primordial primero para la adecuación de la planta, y también para la capacitación permanente que se tiene que dar al personal y el control de procesos de elaboración de las frutas deshidratadas.

3.3 Matriz FODA

A continuación en la matriz FODA se describirá la situación actual del sector de las frutas deshidratadas, misma que ayudará a tomar decisiones y al planteamiento de las estrategias de comercialización internacional.

Tabla 13

Matriz FODA

Análisis Interno Análisis Externo	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Frutas deshidratadas 100% naturales. ➤ Producto seguro e inocuo. ➤ Alto abastecimiento de materia prima ➤ Apoyo por parte de PROECUADOR y el MIPRO 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Todavía no se obtiene la certificación BPM ➤ Dependencia de grandes mayoristas, distribuidores en el mercado objetivo ➤ Falta de estrategias para la comercialización ➤ Falta de toma de decisiones
OPORTUNIDADES	<i>Relación F-O</i>	<i>Relación D-O</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alto crecimiento de la demanda de las frutas deshidratadas ➤ Amplias oportunidades para el mercado internacional ➤ Tendencia creciente de productos naturales ➤ Valoración del consumidor a productos con trazabilidad, BPM. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Trabajar conjuntamente con PROECUADOR en los programas de apoyo y capacitación, para poder ofrecer productos con valor agregado mismos que cumplan con las exigencias del mercado. ❖ Mejorar la productividad 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planteamiento de estrategias que ayuden a la comercialización internacional de las frutas deshidratadas. ❖ Implementación de Certificación BPM

CONTINÚA



AMENAZAS	<i>Relación F-A</i>	<i>Relación D-A</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Competencia de precios bajos ➤ Productos sustitutos ➤ Intermediarios ➤ Condiciones climáticas que puedan afectar a la producción 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Contar con mejores sistemas de riego para los cultivos, y así tener buenas cosechas ❖ Innovar los productos conforme el gusto del consumidor final 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Invertir en proyectos de implementación de certificaciones, mismos que ayudarán al crecimiento y desarrollo ❖ Crear políticas que ayuden a la negociación internacional

Elaborado por: Jéssica Crespo

3.4 Estrategias de Comercialización Internacional

La comercialización internacional representa una excelente oportunidad para las pequeñas, medianas y grandes empresas con visión de crecimiento e incrementar su oferta para la exportación generando un aporte al desarrollo del país.

Los mercados internacionales son cada vez más exigentes por eso es necesario plantear estrategias que destaquen la calidad del producto, mediante procesos que aseguren un manejo adecuado en su elaboración.

A continuación se menciona las estrategias de marketing que deben utilizar las empresas que deseen internacionalizarse.

3.4.1 Estrategia de Producto

Al día es recomendable ingerir por lo menos cuatro porciones que pueden ir entre 100gr y 200gr de frutas y verduras. (Marínez Hernández & Portillo Baquedano, 2010) Lo que representa una excelente opción para el

consumidor final en Alemania que puede consumir frutas deshidratadas como una excelente opción de snack entre comidas. El empaque primario que se ha considerado para las frutas deshidratadas, será una funda de polietileno, misma que le da una barrera al oxígeno, y es ideal para que el producto se conserve en buen estado hasta su consumo y con una duración de un año. La funda de polietileno tendrá un cierre para que el consumidor pueda guardar y transportar las frutas deshidratadas hasta su próximo consumo, cada funda contendrá 250gr de producto final, mismas que serán transportadas en una caja de cartón corrugado.

El segmento de mercado alemán es denominado como ecológico, es decir que no le gustan los sobre empaques, la etiqueta que se utilizará indicará el contenido del producto, se mostrará la información nutricional.

Información Nutricional	
Tamaño de la porción	25g
Porciones por envase	1
Cantidad por porción	
Energía (Calorías)	167 kJ (40 Cal)
Energía de grasa(Calorías de grasa)	Gr0 kJ(0 Cal)
% del Valor Diario*	
Grasa total	0g 0%
Grasa saturada	0g 0%
Coolesterol	0mg 0%
Sodio	0mg 0%
Carbohidratos totales	8g 3%
Fibra	4g 20%
Azúcares	8g
Proteína	2g
Vitamina A	2%
Vitamina C	102%
Calcio	0%
Hierro	8%
* Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 8380 kJ (2000 calorías)	

Figura 29: Información nutricional de frutas deshidratadas

Fuente: Agroapoyo

Adaptado por: Jéssica Crespo

3.4.2 Estrategia de Precio

La estrategia de precio es ofrecer en el mercado un precio que se pueda negociar, con el fin de encontrar clientes que estén dispuestos a pagar por la calidad y buen sabor del producto, ya que los precios fluctúan dependiendo de las épocas en las que existe mayor o menor demanda.

Cuando la demanda aumenta se produce un crecimiento considerable del precio y un incremento para el volumen de producción, lo que generará una mayor rentabilidad.

Al analizar la competencia, costos de producción, predisposición de compra de los clientes finales, ayudará a identificar si el precio es elevado o si se mantiene al margen de los costos de producción, a nivel internacional el precio dependerá del acoplamiento del producto en el país destino, en el lugar de venta y de la logística que involucre ingresar al mercado, la estrategia será mantener un precio competitivo tanto a nivel nacional como internacional que permita el desarrollo de las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas.

Otra de las estrategias de precio será fijar un precio acorde con la calidad del producto, es decir que con la implementación de certificaciones como buenas prácticas de manufactura, es decir que el mercado objetivo optará por el consumo de productos que sean orgánicos, 100% naturales y que tengan certificaciones que garanticen la inocuidad del producto, dejando de lado productos que contienen colorantes y aditivos artificiales.

3.4.3 Estrategia de Promoción

La promoción del producto tienen un papel importante cuando se lanza un nuevo producto al mercado, es decir esta estrategia debe generar confianza y conformidad del producto que se está consumiendo.

La promoción de las frutas deshidratadas, tendrá gran importancia el apoyo de PROECUADOR en cuanto a las ferias internacionales, las empresas tendrán la oportunidad de dar a conocer el producto como tal; lo cual ayudará a establecer contactos de posibles compradores, el incentivo a la compra de los mismos se reflejará en la oferta de productos orgánicos, naturales, con certificaciones que promueven al cuidado del medio ambiente.

Las ferias internacionales, son las principales herramientas que promoverá la atracción de clientes y generar negocios con las empresas de frutas deshidratadas, las ferias especializadas en el sector alimenticio en el mercado alemán son:

- **Fruit Logística (Berlín).**- Es una de las ferias más grandes a nivel internacional, participan varios países, ofrece una visión completa del mercado de productos y servicios en todos los niveles de comercio de frutas y verduras.
- **Anuga FoodTec.**- feria que se lleva año tras año en Alemania, es una de las ferias más importantes de alimentos y bebidas, asisten expositores y visitantes de todos los países del mundo.
- **Food and Life.**- Feria de alimentos, misma que se lleva a cabo en la ciudad de Múnich, asisten miles de expositores de todo el mundo que dan a conocer sus productos, y los procesos productivos de los mismos.
- **Internationale Grüne Woche.**- feria realizada en Berlín, a la que asisten participantes de la industria de alimenticia, agricultura y horticultura.

3.4.4 Estrategia de Publicidad

La publicidad para las empresas de frutas deshidratadas, se basará en medios físicos y tecnológicos, dirigidos a los contactos que se vaya a realizar la distribución del producto.

Una herramienta a utilizar para promocionar las exportaciones de frutas deshidratadas, es mediante internet, utilizando mailling es decir enviar información publicitaria sobre las frutas deshidratadas por correo a un gran número de contactos de manera directa y personalizada, redes sociales, es decir el marketing a través de internet.

Utilizar las redes sociales, mismas que serán de ayuda para invitar a la población a ser parte a la tendencia de consumo de frutas deshidratadas, snacks 100% naturales, orgánicos, que utilizan procesos amigables a medio ambiente. El contacto por medio de redes sociales, necesita de una constante actualización de la industria, de los procesos, de las certificaciones, de los constantes avances y crecimiento del producto como tal. La frase de posicionamiento que se utilizará para la publicidad es: “***Menos azúcar para una vida más dulce***”

3.4.5 Estrategia de Distribución

Lo que busca la estrategia de distribución es ubicar por el medio más adecuado el producto al alcance del consumidor.

Las empresas de frutas deshidratadas deben buscar la forma más adecuada de llegar al cliente en el mercado tanto nacional como internacional.

La distribución a nivel nacional se puede realizar por medio de la obtención de información de tiendas que estén dedicadas a la venta de productos y alimentos naturales, supermercados que requieran productos nacionales y que sean orgánicos. A nivel internacional la distribución tomará en cuenta varias posibilidades de distribución para la comercialización de frutas deshidratadas en Alemania.

Sin embargo se presenta la oportunidad de empezar la venta de frutas deshidratadas con brokers, porque son quienes conocen el mercado y pueden distribuir el producto a tiendas mayoristas o minoristas hasta que llegue al consumidor final.

3.4.5.1 Canales de Distribución

María del Carmen Vásquez gerente general de Agroapoyo, comenta que para exportar frutas deshidratadas es necesario contar con un intermediario importador mayorista, debido a que los requerimientos de los mercados

minoristas son reducidos es decir pequeñas cantidades y con entregas frecuentes.

Según un informe presentado por PROECUADOR, La Waren-verein representa una Asociación de Importadores de Alimentos Elaborados de Hamburgo, la labor de estas empresas es importar y consolidar las frutas deshidratadas, reempacarlas o venderlas a empresas con marcas privadas, o supermercados de descuento, tiendas naturistas, droguerías. (Ver Figura 30)

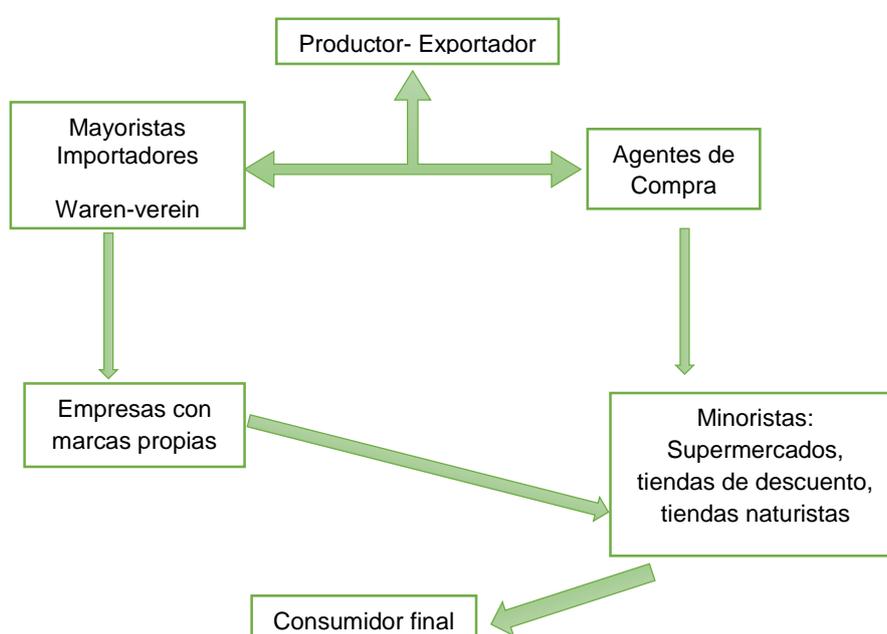


Figura 30: Canales de distribución

Elaborado por: Jéssica Crespo

3.5 Estrategias de los Negocios Internacionales

Se ha tomado tres estrategias propuestas que son: Estrategia Internacional, Multidoméstica o Multinacional y Estrategia Global, mismas que ayudarán a tener un manejo adecuado del comercio exterior para las empresas que busquen ingresar con sus productos en el mercado internacional. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2010)

3.5.1 Estrategia Internacional

Esta estrategia hace referencia al uso de las competencias principales que tienen las empresas para explotar las oportunidades en los mercados internacionales.

Beneficiará a las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas, ya que los conocimientos se pueden relacionar con los procesos de manufactura, lo que quiere decir que las buenas prácticas de manufactura darán un valor agregado creando una ventaja competitiva para quienes carecen de esta en el mercado. Las exigencias son cada vez mayores y las empresas trabajan por adquirir competencias que otros no las tienen, y harán que el producto sea único y con mayor valor agregado.

Para la estrategia internacional se aplica un sistema de mejoramiento en los procesos de elaboración de las frutas deshidratadas, es decir la implementación de buenas prácticas de manufactura.

3.5.2 Estrategia Multidoméstica o Multinacional

Esta estrategia permite a cada una de las operaciones en otros países obtengan independencia, es decir las empresas tendrán la facultad de fabricar y comercializar productos que respondan a las preferencias del mercado internacional, es decir adapta productos, servicios y prácticas de negocios para satisfacer las necesidades de cada país y región en lo individual.

Las frutas deshidratadas se fabrican bajo las tendencias de consumo del mercado alemán de productos naturales y libres de aditivos artificiales, mismos que satisfacen las necesidades del consumidor final.

3.5.3 Estrategia Global

Es una estrategia mediante la cual las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas decidirán fabricar y comercializar un producto

estandarizado es decir bajo normas de producción y calidad, que exige el mercado alemán.

La estrategia global será ingresar al mercado alemán, fabricando frutas deshidratadas a gran escala, obligando a las empresas a reducir costos, mismas que serán comercializadas con la premisa de snack natural y orgánico.

3.6 Estrategia de exportación

Con el cambio de la matriz productiva se plantea estrategias fundamentales que buscan aumentar la productividad del país, como la diversificación de las exportaciones tanto en los productos y destinos que promoverán un desarrollo importante en la economía del país.

Al aplicar la estrategia de exportación es importante considerar que, se debe tener un total conocimiento del producto que se está ofreciendo al mercado extranjero, es importante impulsar la marca del producto, determinar el medio de transporte que se va a utilizar.

La exportación trae consigo grandes ventajas como el aumento de la rentabilidad de la empresa, incrementar el volumen de ventas, establecer óptimas negociaciones con los proveedores, implementación de herramientas que ayuden a optimizar los recursos.

Sin embargo a pesar de las ventajas también se pueden presentar dificultades, para las cuales es importante prever:

- Posibles incomunicaciones con el cliente, por eso es indispensable el contar con servicio de internet, realizar llamadas telefónicas inmediatas mismas que aseguran un contacto eficiente con los clientes.

- Contar con una asesoría constante, que capacite y guíe a las empresas a mejorar los procesos, con los servicios brindados por principalmente por PROECUADOR.
- Contar con una planificación de producción eficiente, para el suficiente volumen de producto para la exportación, es importante el apoyo de las empresas que conforman el consorcio de frutas deshidratadas.

Las estrategias que el gobierno implementó actualmente para promover las exportaciones consisten en la devolución automática al exportador los tributos de comercio exterior (Dawback), la exoneración del anticipo del impuesto a la renta y la simplificación en la realización de trámites. La devolución de tributos permitirá que los productos exportados únicamente paguen impuestos en el país donde se consuman evitando la doble tributación. Es un sistema aceptado por los países de la OMC (Organización Mundial de Comercio). En el artículo 157 del COPCI menciona que, la devolución condicionada es el régimen por el cual se permite obtener la devolución automática total o parcial de los tributos al comercio exterior pagados por la importación de las mercancías que se exporten dentro de los plazos y porcentajes que señale el reglamento del COPCI. El proceso de devolución condicionada de tributos estará íntegramente a cargo del Servicio Nacional de Aduanas. (Registro Oficial Ecuador 452, 2011)

La aplicación de la devolución de impuestos a los exportadores será de USD 253 millones. Lo cual será repartido de la siguiente manera USD 156 millones para exportadores de productos no tradicionales y USD 97 millones para los exportadores de productos tradicionales. Con respecto a la exoneración de anticipo del Impuesto a la Renta será de USD 25 millones. Para el sector de las frutas deshidratadas correspondiente a los no tradicionales le corresponderá la devolución del 5% sobre el valor de las mercancías. (Enríquez, 2015).

El Ministerio de Industrias y Productividad conjuntamente con apoyo de PROECUADOR y asistencia de la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial), han establecido el programa de consorcios de exportación, con el objetivo de fomentar la asociatividad y fortalecer las redes de las Mipymes, para que puedan exportar sus productos, bienes y servicios.

. Sus ejes estratégicos son:

- Fortalecimiento de las capacidades colectivas de grupos asociativos
- Desarrollo económico territorial
- Fomento a la oferta exportable FOE
- Revalorización de las vocaciones productivas

En el ámbito de aplicación se encuentran las Mipymes, artesanos y pequeños productores que tengan un cierto grado de madurez empresarial, para lo cual es importante contar con:

- Una red de MIPYMES o artesanos que puedan ser parte del consorcio.
- En el caso de MIPYMES deben tener un grado de formalidad básico como RUC.
- En el caso de artesanos no se exige un grado alto de formalidad.
- De preferencia que pertenezca a un gremio o asociación empresarial

El consorcio ECUA-DEHYD, de frutas deshidratadas, tiene como objetivo principal, unir fuerzas para poder suplir la demanda de exportación, así como también mejorar las condiciones de vida todas las personas que están involucradas. En la Figura 31 se puede observar la estrategia del programa nacional de consorcios de exportación.

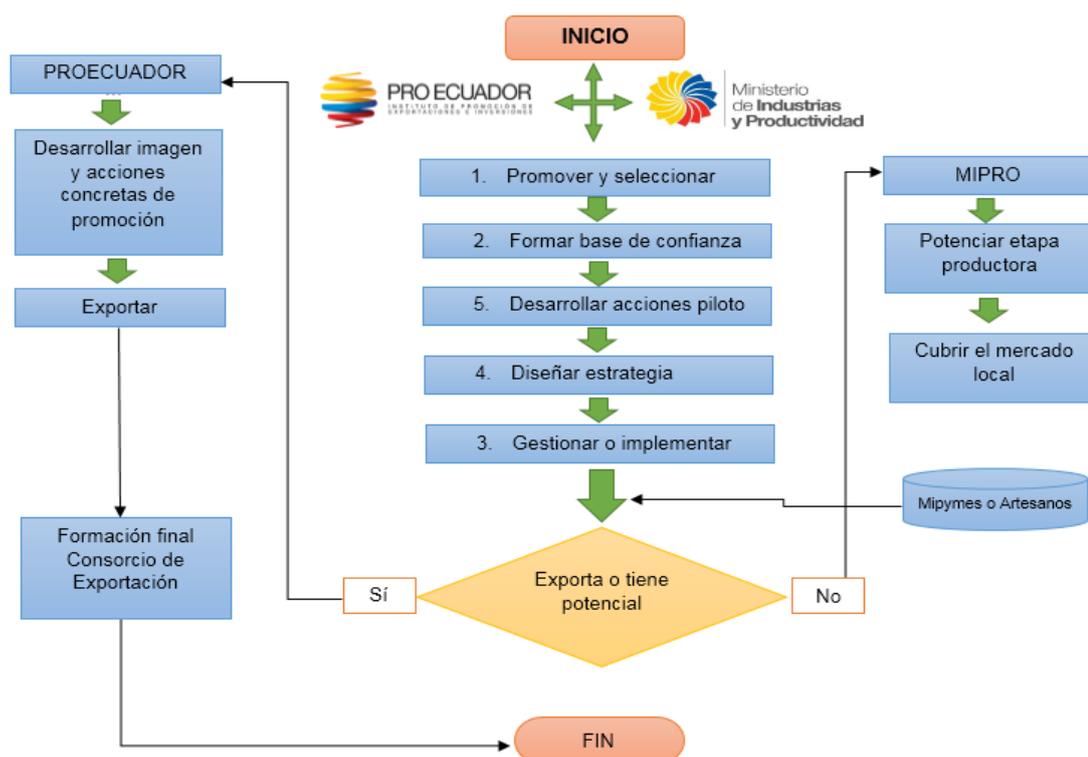


Figura 31: Estrategia del programa nacional de consorcios

Fuente: MIPRO

Adaptado por: Jéssica Crespo

3.6.1 Estrategia de formación y capacitación técnica

Otra de las estrategias que pueden aplicar los exportadores de frutas deshidratadas es la búsqueda de asistencia técnica y capacitación para lograr un efectivo proceso de exportación.

Lo que proporcionará esta estrategia es mejorar la eficacia y eficiencia operacional en cada área de la empresa.

Las entidades que brindan asesoría, asistencia técnica y capacitación son:

PROECUADOR (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones)

Es una institución del sector público comprometida para promover la oferta exportable de productos tradicionales y no tradicionales, servicios, mercados propiciando el posicionamiento de estos actores en el comercio internacional. PROECUADOR conformó el primer consorcio de exportación de Frutas Deshidratadas Ecu-Dehyd conformado por las MIPYMES: Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak, Mikuy, Biolcom, Fruvesol y Álvaro Miño. Brinda a los exportadores una guía de inteligencia comercial la cual contiene información sobre el acceso a mercados, estrategias para posicionamiento de productos, tipo de acuerdos comerciales que tiene el Ecuador con otros países, asesoría del proceso logístico de exportación.

Los servicios de PROECUADOR están dirigidos a emprendedores, productores, y exportadores que están dispuestos a iniciar un proyecto de exportación, a fin de direccionarlos a nuevas oportunidades en mercados internacionales.

Tiene 31 oficinas comerciales internacionales en diferentes destinos que ayudarán a la facilitación de la promoción de exportaciones y posicionamiento de productos en mercados extranjeros.

FEDEXPOR (Federación Ecuatoriana de Exportadores)

Su compromiso es brindar asistencia técnica, capacitación para la internacionalización de las empresas exportadoras.

Cuenta con el centro de entrenamiento gerencial que brinda capacitaciones para emprendedores, empresas, universitarios que necesitan información sobre los procesos de comercio exterior. Dentro de sus Servicios asiste con Asesoría en Comercio Exterior, Aduanas, Materia de Origen, dispone de un

directorio comercial actualizado en el que se puede encontrar información sobre proveedores y posibles clientes.

CORPEI (Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones)

Entidad del sector privado que se encarga de coordinar programas de desarrollo para la mejora de los sectores productivos, financia proyectos de cooperación internacional. Las ventajas para los exportadores de las Frutas Deshidratadas son cada vez mayores por ejemplo:

- Pueden ampliar su participación como empresa no solo en el mercado nacional sino en el mercado internacional.
- Dejan de depender únicamente del mercado nacional.
- Mejoran la calidad de sus productos acorde a las normas y estándares internacionales.
- Obtención de mayor rentabilidad e incremento en el volumen de venta de sus productos.
- Eficiencia operativa al implementar técnicas que optimicen los procesos de elaboración de sus productos.
- Las empresas incrementarán su cartera de clientes.

No obstante también existen riesgos, por ejemplo si no se tiene experiencia en este proceso de exportación se pueden encontrar clientes que pueden hacer una compra y desaparecer sin pagar el producto que compraron, por eso es importante aplicar mecanismos de negociación que beneficien al exportador.

3.7 Estrategia de Procesos

Crear políticas para una producción y cosecha responsable, para que los cultivos cuenten con suficientes sistemas de riego que prevean épocas de

sequía y no perder la cosecha por falta de agua. Mejorar constantemente en el desempeño de procesos operativos, con capacitación y mejoramiento continuo, del personal y de los cultivos de frutas.

Es importante innovar y obtener certificaciones que ayuden a las empresas a ser más competitivos, como certificaciones orgánicas y de buenas prácticas de manufactura.

3.7.1 Instructivo para realizar un Manual BPM

3.7.1.1 Objetivo

Es establecer los requisitos generales, esenciales de higiene y de buenas prácticas de elaboración de alimentos destinados para el consumo humano.

3.7.1.2 Alcance

El presente manual tiene como alcance las actividades que involucra la elaboración de frutas deshidratadas, etiquetado, embalaje almacenamiento, distribución.

3.7.1.3 Responsabilidades

Es responsabilidad del Jefe de Aseguramiento de Calidad:

- Coordinar la implementación, funcionamiento, control y mejora de las BPM'S en la planta.
- Coordinar el desarrollo de las inspecciones de BPM's.
- Redactar, difundir y custodiar el Manual de BPM's.
- Coordinar las revisiones del Manual BPM's.
- Actualizar el Manual de acuerdo a las normativas.
- Capacitar a la personal en BPM`s.
- Hacer seguimiento y documentar el avance de las acciones correctivas.

Jefes Departamentales, Coordinador de Producción y personal técnico (Producción, Calidad y Mantenimiento) son los responsables de:

Cumplir y hacer cumplir las disposiciones presentes en el Manual de BPM's y en cada uno de sus procedimientos, instructivos.

- Llenar y revisar los registros que competen a sus áreas de trabajo.
- Participar en las capacitaciones de BPM's y en las inspecciones.
- Hacer cumplir y corregir cuando hay alguna observación durante las inspecciones.
- Aplicar las BPM's y garantizar su cumplimiento.

Los operarios de producción, saneamiento y personal técnico de producción, mantenimiento y calidad son los responsables de:

- Cumplir y hacer cumplir las buenas prácticas de manufactura y cada una de las disposiciones que se deriva del presente manual, y procedimientos.

3.7.1.4 Definiciones

Alimentos de alto riesgo epidemiológico: Alimentos que, en razón a sus características de composición especialmente en sus contenidos de nutrientes, actividad de agua y pH de acuerdo a normas internacionalmente reconocidas, favorecen el crecimiento microbiano y por consiguiente cualquier deficiencia en su proceso, manipulación, conservación, transporte, distribución y comercialización puede ocasionar trastornos a la salud del consumidor.

Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

Acta de Inspección: Formulario único que se expide con el fin de testificar el cumplimiento o no de los requisitos técnicos, sanitarios y legales en los establecimientos en donde se procesan, envasan, almacenan, distribuyen y comercializan alimentos destinados al consumo humano.

Actividad Acuosa: Es la cantidad de agua disponible en el alimento, que favorece el crecimiento y proliferación de microorganismos. Se determina por el cociente de la presión de vapor de la sustancia, dividida por la presión de vapor de agua pura, a la misma temperatura o por otro ensayo equivalente.

Área Crítica: Son las áreas donde se realizan operaciones de producción, en las que el alimento esté expuesto y susceptible de contaminación a niveles inaceptables.

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura: Documento expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con todas las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

Contaminante: Cualquier agente químico o biológico, materia extraña u otras sustancias agregadas no intencionalmente al alimento, las cuales pueden comprometer la seguridad e inocuidad del alimento.

Contaminaciones Cruzadas: Es el acto de introducir por corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos o circulación de personal, un agente biológico, químico bacteriológico o físico u otras sustancias, no intencionalmente adicionadas al alimento, que pueda comprometer la inocuidad o estabilidad del alimento.

Desinfección: Descontaminación: Es el tratamiento físico, químico o biológico, aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de eliminar los microorganismos indeseables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento.

Diseño Sanitario: Es el conjunto de características que deben reunir las edificaciones, equipos, utensilios e instalaciones de los establecimientos dedicados a la fabricación de alimentos.

Entidad de Inspección: Entes naturales o jurídicos acreditados por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación de acuerdo a su competencia técnica para la evaluación de la aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura.

HACCP: Siglas en inglés del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, sistema que identifica, evalúa y controla peligros, que son significativos para la inocuidad del alimento.

Higiene de los Alimentos: Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo, incluida su distribución, transporte y comercialización.

Infestación: Es la presencia y multiplicación de plagas que pueden contaminar o deteriorar las materias primas, insumos y los alimentos.

Inocuidad: Condición de un alimento que no hace daño a la salud del consumidor cuando es ingerido de acuerdo a las instrucciones del fabricante.

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos.

Limpieza: Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables.

MNAC: Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación.

Proceso Tecnológico: Es la secuencia de etapas u operaciones que se aplican a las materias primas e insumos para obtener un alimento. Esta definición incluye la operación de envasado y embalaje del alimento terminado.

Punto Crítico de Control: Es un punto en el proceso del alimento donde existe una alta probabilidad de que un control inapropiado pueda provocar, permitir o contribuir a un peligro o a la descomposición o deterioro del alimento final.

Sustancia Peligrosa: Es toda forma de material que durante la fabricación, manejo, transporte, almacenamiento o uso puede generar polvos, humos, gases, vapores, radiaciones o causar explosión, corrosión, incendio, irritación, toxicidad u otra afección, que constituya riesgo para la salud de las personas o causar daños materiales o deterioro del medio ambiente.

Validación: Procedimiento por el cual con una evidencia técnica, se demuestra que una actividad cumple el objetivo para el que fue diseñada.

Vigilancia Epidemiológica de las Enfermedades Transmitidas por los Alimentos: Es un sistema de información simple, oportuno, continuo de ciertas enfermedades que se adquieren por el consumo de alimentos o bebidas, que incluye la investigación de los factores determinantes y los agentes causales de la afección, así como el establecimiento del diagnóstico de la situación, permitiendo la formación de estrategias de acción para la prevención y control. Debe cumplir además con los atributos de flexible, aceptable, sensible y representativo.

3.7.1.5 Implementación de buenas prácticas de manufactura:

Este manual comprende los siguientes procedimientos e instructivos:

- **Instalaciones**

Procedimiento instalaciones (Ver Anexo B, Título I - Capítulo I)

- **Equipos y Utensilios**

Procedimiento de operación de máquinas (Ver Anexo B, Título I - Capítulo II)

- **Requisitos Higiénicos de Fabricación**

Procedimiento de Higiene personal

Normas de higiene en las rutinas de trabajo

Procedimiento de capacitación al personal operativo

Manual del dispensario médico

Instructivo de manejo de personal enfermo

Procedimiento de uso de uniformes

Instructivo de ingreso a la planta

(Ver Anexo B, Título IV – Capítulo I)

- **Materias Primas e Insumos**

Procedimiento de muestreo

Procedimiento de análisis

Especificación de materia prima y productos

Procedimiento de Control de Agua

- **Operaciones de Producción**

Procedimiento de producción

Procedimiento de limpieza y desinfección

(Ver Anexo B, Título IV – Capítulo III)

- **Envasado, Etiquetado y Empaquetado**

Procedimiento de almacenaje y bodega (Ver Anexo B, Título IV – Capítulo IV)

- **Almacenamiento, Transporte y Comercialización**

Procedimiento de almacenaje y bodega

Protocolo de la operadora logística y contrato

(Ver Anexo B, Título IV – Capítulo V)

- **Aseguramiento y Control de Calidad**

Procedimiento para control de procesos

Procedimiento de muestreo

Procedimiento de análisis

Procedimiento de desarrollo estudios HACCP

Procedimiento de control de plástico duro, cartón y madera

Procedimiento de Control de plagas

Procedimiento de manejo de desechos

Procedimiento de Calibración y verificación

(Ver Anexo B, Título V – Capítulo Único)

- **Control y Archivo de Registros**

Los registros generados a partir de la aplicación del presente Manual se archivarán en el Departamento de Producción, Mantenimiento y Aseguramiento de Calidad, y su tiempo de retención será de tiempo de vida útil del producto más un año.

- **Frecuencia de Revisión**

El Jefe de Aseguramiento de Calidad debe coordinar la revisión del presente Manual cada que exista cambios en el proceso o modificaciones por exigencias de normativas.

- **Documentos de Referencia**

Registro Oficial 696 del 4 de Noviembre del 2002, nombrado bajo Decreto Ejecutivo 3253, se expide el Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados.

CAPÍTULO IV

PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN

4.1 Proceso de Exportación

La palabra exportación tiene un significado sencillo que es sin lugar a duda la venta de un bien o servicio que realiza un país a otro, para aumentar su cartera de clientes, ganar nuevos accesos a mercados internacionales en los que puede posicionar la marca de su producto, crear estrategias viables para el desarrollo de los negocios.

Según el Art. 154 del COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversiones) Exportación definitiva se entenderá como el régimen aduanero que permite la salida definitiva de las mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano. (Registro Oficial Ecuador 452, 2011)

Los países del tercer mundo consideran que la concentración de las exportaciones en sectores específicos es una forma de obtener divisas y ganar nuevos mercados. Uno de los elementos claves para lograr el desarrollo de los países es la exportación, lo cual exige competitividad y diversificación de productos.

Para que las mercancías salgan del territorio aduanero del país deben cumplir formalidades y procedimientos aduaneros que obligan a los exportadores la presentación de documentos que sustenten la declaración de exportación de las mercancías.

Cada mercancía tiene un manejo distinto para lo cual existen diferentes tipos de certificados para cada una de ellas; estos certificados son emitidos por entidades del sector público en el Ecuador.

4.2 Requisitos para exportar

Para iniciar el proceso de exportación se necesitan los siguientes requisitos:

4.2.1 Gestionar el RUC en el SRI (Servicio de Rentas Internas)

Para la Obtención del RUC (Registro único de Contribuyentes) se necesitan los documentos de acuerdo a lo siguiente:

- **Para las personas naturales:**

1. Copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación.
2. Patente municipal anual de funcionamiento.
3. Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono

- **Para las personas jurídicas:**

1. Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente.
2. Nombramiento del representante legal.
3. Copia a color de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
4. Patente municipal anual de funcionamiento.
5. Original de un documento donde se indique la dirección donde realiza la actividad económica.

4.2.2 Obtención de la Patente Municipal

La ley de Régimen Municipal establece *“el inicio de una actividad comercial o industrial en el país requiere de la inscripción en registros de la municipalidad cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa, junto con el pago de la patente anual”*.

Según la Ordenanza 135 del año 2004, se debe cancelar un rubro al Municipio de Quito, por la patente municipal, misma que es un requisito para la obtención del RUC, para las personas naturales, jurídicas, que ejerzan actividades industriales, comerciales y profesionales en el Distrito Metropolitano de Quito.

Los requisitos para personas jurídicas son:

1. Copia RUC
2. Copia de la cédula del representante legal
3. Copia de la escritura de constitución de la empresa
4. Croquis de ubicación del establecimiento

4.2.3 Solicitar al SRI permiso para emisión de facturas comerciales de Exportación

Se debe realizar la respectiva solicitud al SRI para la obtención del permiso de facturación, ya que las facturas serán el único documento que compruebe la transacción comercial entre el exportador y el importador, estas facturas deberán ser emitidas conforme lo menciona la Resolución 1239 que Actualiza la Resolución 1112 – Adopción de la Declaración Andina del Valor. (La Comisión de la Comunidad Andina, 2003)

4.2.4 Obtención de la firma electrónica o Token

Según los Art. 99 y 101 del COPCI se hace referencia a la simplificación de trámites administrativos, menciona que es importante la implementación de bases de datos automatizadas, con el fin de reducir a un mínimo los trámites y presentación de documentos físicos, que muchas veces se han convertido en trámites innecesarios. Razón por la cual en nuestro país se implementó la firma electrónica o Token. La firma digital nos garantiza la autenticidad de la información. Existen dos entidades encargadas de otorgar el Certificado Digital y estas son:

4.2.4.1 Banco Central del Ecuador

El registro para la obtención del Token es electrónico para lo cual se debe ingresar a la página del Banco Central del Ecuador en la cual será necesario la creación de una cuenta para poder subir los documentos requeridos que deberán estar escaneados en archivo pdf estos son:

- RUC
- Cédula de Identidad o pasaporte
- Papeleta de votación
- Última factura de un servicio básico nombramiento o certificado laboral
- Autorización firmada por el representante legal

Una vez subidos correctamente los documentos se debe esperar un correo de confirmación y aprobación del certificado por parte del Banco Central, posterior a esto hay que se acercarse a retirar el Token.

El costo total de la adquisición de la firma electrónica en el Banco Central del Ecuador es de USD 65.00 más IVA (Emisión del Certificado de Firma Electrónica \$ 30,00 + IVA; Dispositivo Portable Seguro – Token (USB) \$ 35,00 + IVA y la Renovación del Certificado cada 2 años es de \$ 20,00 + IVA).

4.2.4.2 Security Data

El proceso es similar pero aquí la diferencia es el costo USD 69.00 más IVA incluye token y certificado de firma electrónica.

4.2.5 Registro ante el SENA E como Operador de Comercio Exterior

Una vez obtenido el RUC y el token se debe registrar como Operador Económico Autorizado de Comercio Exterior ante el SENA E (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador) conforme lo indica el Art. 231 del COPCI (Código Orgánico de Comercio Exterior e Inversiones), el registro lo deberá realizar en el sistema ECUAPASS, el mismo que permite a todos los Operadores de Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación.

Es necesario instalar correctamente el programa del Sistema Ecuapass en su computadora para posteriormente registrarse en el portal, se debe actualizar la base de datos, crear un usuario y aceptar las políticas de uso para finalmente registrar la firma electrónica.

El Sistema Ecuapass es un nuevo sistema de gestión aduanera que implementó la Aduana del Ecuador y que entró en funcionamiento el 22 de Octubre del 2012 el mismo que reemplazó al anterior SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior) con el objetivo de optimizar los procesos de comercio exterior así como minimiza significativamente los tiempos y costos al realizar las actividades de comercio exterior, y ayuda con a un control eficiente de las mercancías y medios de transporte. (El Comercio, 2012). En la Figura 32 se observa la pantalla principal del Sistema Ecuapass.



Figura 32: Pantalla principal del sistema Ecuapass

Fuente: SENAE

Adaptado por: Jéssica Crespo

4.3 Documentos para Declaración Aduanera de Exportación

Según el Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones los documentos que acompañan a la declaración Aduanera son documentos de acompañamiento y documentos de soporte.

4.3.1 Documentos de soporte

- **Factura Comercial**

La factura comercial representa un documento de soporte para la presentación de la declaración aduanera, es emitida por parte del exportador para el importador.

Según La Secretaría General de la Comunidad Andina en la Resolución 1239 que Actualiza la Resolución 1112 – Adopción de la Declaración Andina del Valor; para efectos de la aplicación del primer método “Valor de Transacción de las mercancías importadas” establecido en el artículo 1 del Acuerdo sobre Valoración de la OMC, la factura comercial debe:

1. Reflejar el pago total por las mercancías importadas efectuando o por efectuarse del comprador al vendedor, independientemente que la forma de pago sea directa o indirecta.
2. Tiene que ser un documento original y definitivo, caso contrario no se aceptará una factura proforma.
3. Debe ser expedida por el vendedor de la mercancía.
4. No se aceptarán borrões ni ningún tipo de enmendadura.
5. Debe contener los siguientes datos:
 - Número de factura.
 - Fecha de expedición.
 - Nombre y dirección del vendedor.
 - Nombre y dirección del comprador.
 - Descripción de la mercancía.
 - Cantidad.
 - Precio unitario y total.
 - Tipo de moneda de la transacción comercial
 - Peso total
 - Tipo de transporte

- Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según el INCOTERM negociado.

Cuando las facturas comerciales se encuentren en un idioma diferente al español la autoridad aduanera puede solicitar que se adjunte la traducción correspondiente. (Secretaría General de la Comunidad Andina, 2009)

- **Certificado de Origen**

El Certificado de origen, certifica la procedencia de la mercancía, además libera de tributos a las mercancías siempre y cuando se tenga convenio o tratados internacionales entre el país de origen y país de destino.

El MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) es la única entidad que habilita a empresas públicas y privadas competentes para la emisión y certificación de origen de las mercancías ecuatorianas de exportación. (Ver Tabla 14)

Tabla 14

Entidades habilitadas para la emisión de certificados de origen

ENTIDADES PÚBLICAS	Tipo de Acuerdo
Ministerio de Industrias y Productividad - MIPRO	SGP, ATPDEA, CAN, ALADI, MERCOSUR
Subsecretaría de Recursos Pesqueros -SRP	
Subsecretaría de Acuicultura - SA	
Agencia de Regulación y Control y Hidrocarburífero -ARCH	
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro –AGROCALIDAD	
ENTIDADES PRIVADAS	Tipo de Acuerdo
Federación Ecuatoriana de Exportadores - FEDEXPOR	CAN, ALADI, MERCOSUR TERCEROS PAÍSES, ACE65
Cámara de Comercio de Guayaquil	
Cámara de Comercio de Machala	
Cámara de Industrias de Guayaquil	
Cámara de Industrias de Manta	
Cámara de Comercio de Huaquillas	
Cámara de Industrias de Producción	
Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha - CAPEIPI	
Cámara de Industrias de Cuenca	
Cámara de Industrias del Tungurahua	
Cámara de la Pequeña Industria del Carchi	

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior – Rendición de Cuentas 2014

Elaborado por: Jéssica Crespo

- **Lista de Empaque**

Es un documento que permite identificar de forma mucho más detallada las generalidades del producto como: número de factura, fecha, datos del consignatario, destino, forma de pago, tipo de producto, número de cajas o bultos, tipos de empaque, volumen, peso neto y peso bruto, la marca y la cantidad.

La lista de empaque garantiza las especificaciones del producto que se está despachando.

- **Conocimiento de Embarque**

Es un documento emitido por la empresa de transporte como constancia de la mercancía que se encuentra a bordo en este documento consta el valor del flete internacional, se describe las cantidades y pesos que constan en la factura comercial, además se menciona el puerto de zarpe y arribo de las mercancías.

Este documento de transporte internacional de carga se otorga de acuerdo al modo de transporte.

Si el Transporte es **Marítimo** se lo denominará conocimiento de embarque marítimo o como sus siglas en ingles lo dicen B/L Bill of lading, este tipo de transporte resulta más económico que el transporte aéreo pero el tiempo de arribo de las mercancías al puerto de destino es mayor, dependiendo del lugar al que estén destinadas.

Si es **Aéreo** para este modo de transporte el documento será el conocimiento de embarque aéreo o como sus siglas en ingles lo dicen Air Way Bill.

Si es **Terrestre** el documento de transporte será CPI la Carta Porte Internacional de Transporte Terrestre.

Y si fuese **Multimodal** como su palabra indica varios modos de transporte, en este caso los documentos corresponderán a los utilizados hasta la llegada de la mercadería a su destino final.

4.3.2 Documentos de acompañamiento

- **Documento de Inspección Antinarcoóticos**

La inspección antinarcoóticos para las exportaciones se las realiza a las empresas que están exportando por primera vez.

Cuando se realiza la declaración aduanera de exportación el funcionario de la aduana de acuerdo al perfil de riesgo del exportador solicitará una inspección antinarcoóticos misma que constata que la mercancía a exportar se encuentra libre de sustancias y estupefacientes psicotrópicos.

- **Registro Sanitario**

Según el Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados del 4 de junio del 2014, menciona que el registro sanitario garantiza que un producto ha sido aprobado para el consumo humano, con el fin de evitar fallas de calidad que sean perjudiciales para la salud, tiene una vigencia de 5 años a partir de la fecha de su expedición.

La obtención del registro sanitario de alimentos procesados, se realizará a través de la Ventanilla única ecuatoriana (VUE), en el sistema ECUAPASS, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), será responsable de otorgar el mismo. Para la obtención del registro sanitario se deben seguir los siguientes pasos:

1. Ingresar al Sistema Ecuapass y seleccionar la opción Ventanilla Única (VUE)

2. Seleccionar elaboración de solicitud
3. Seleccionar documento de acompañamiento
4. Seleccionar listado de documento de acompañamiento (Ver Figura 33)

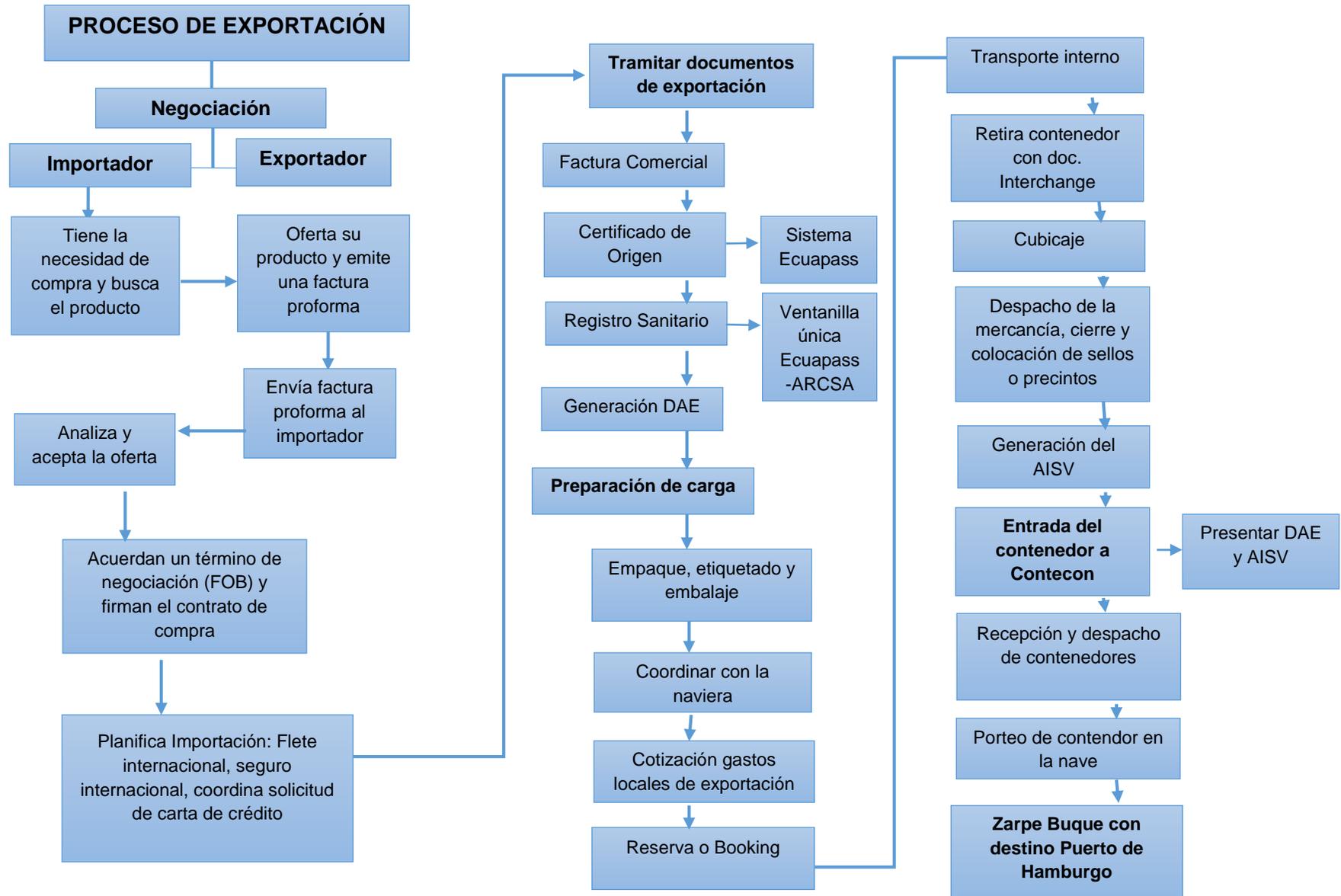


Figura 33: Elaboración de solicitud de registro sanitario de productos alimenticios nacionales

Fuente: ARCSA

Adaptado por: Jéssica Crespo

5. Seleccionar la institución en este caso ARCSA
6. Elegir la opción solicitud de inscripción de registro sanitario de productos alimenticios nacionales (Ver Figura 34)
7. Seleccionar la opción solicitar



Elaborado por: Jéssica Crespo

4.4 Logística de exportación

Una vez obtenidos los requisitos anteriormente mencionados se procede con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el Sistema Ecuapass misma que no quedará como una simple intención de embarque sino que crea un vínculo legal y obligaciones que deberá cumplir el exportador o declarante con el SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador). (SENA, 2012)

En el Art.67 sobre la Presentación de la Declaración Aduanera, menciona que los datos transmitidos de la Declaración Aduanera pasarán por un proceso de validación que generará su aceptación o rechazo. De no detectar inconsistencias, la Declaración Aduanera será aceptada y se designará la modalidad de despacho correspondiente según mecanismo de selección sobre la base del perfilador de riesgo, otorgándole un número de validación para continuar su trámite y señalando la fecha en que fue aceptada. . (Registro Oficial Ecuador 452, 2011)

En la DAE (Declaración Aduanera de Exportación) se señalarán los siguientes datos:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía de cada ítem que se encuentra en la factura
- Datos del consignatario
- Lugar de destino de la carga
- Cantidades de la mercancía
- Peso Neto, Peso Bruto
- Tipo de moneda
- Incoterm

Con la aceptación de la DAE, la mercancía debe ingresar a Zona Primaria, y una vez validada la información en el sistema según lo disponga el SENA E se notificará al exportador el canal de aforo, que según el Libro V del COPCI pueden

- **Canal de Aforo Automático.-** *“Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador”.*

La autorización de salida será automática para el embarque, al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

- **Canal de Aforo Documental.-** *“Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del SENA E, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero de mercancías declaradas”.*

Se designará un funcionario del SENA E, para que cuando la carga ingrese a los depósitos temporales o zona primaria, se revise los documentos adjuntos en la declaración aduanera de exportación y estén conforme la información electrónica declarada, se procederá el cierre cuando no existan novedades y se dará autorización para que la carga pueda ser embarcada.

- **Canal de Aforo Físico.-** *“Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y/ o clasificación*

arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas”.

4.4.1 Término de Negociación

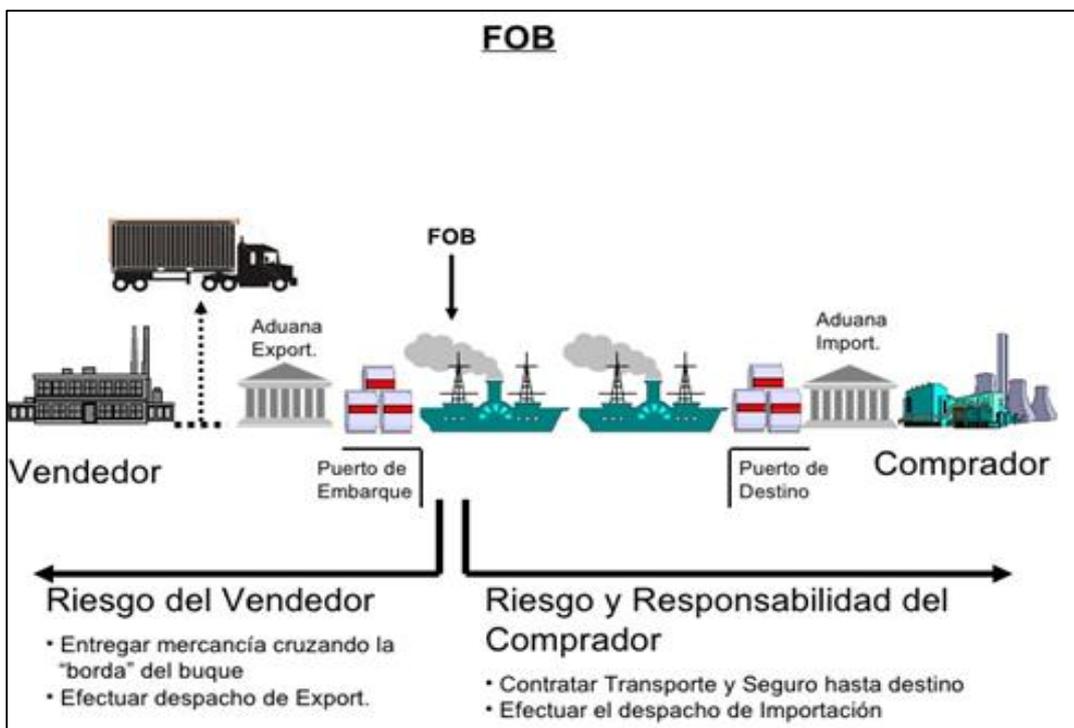
Las empresas deben establecer un término de negociación, estos términos son llamados Incoterms, establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, mismos que determinan los riesgos y responsabilidades que tiene el comprador o el vendedor en las operaciones de comercio exterior, dependiendo del lugar convenido y del medio de transporte.

El término de negociación que será utilizado para la exportación de frutas deshidratadas será FOB (Free on Board – Libre a Bordo), permitiendo al exportador tomar la responsabilidad y costos hasta el puerto de origen en este caso Guayaquil.

FOB (Free on Board – Libre a bordo) significa que la mercadería es puesta a bordo del barco con todos los gastos, derechos y riesgos a cargo del vendedor hasta que la mercadería haya pasado la borda del barco, con flete excluido.

Al negociar término FOB el exportador debe encargarse de entregar la mercadería en perfecto estado, debidamente embalado, con la factura comercial y los demás documentos requeridos para el ingreso en el país de destino, dejar la mercancía a bordo del buque, asumir costos y gastos en origen de la exportación.

En la Figura 35 se puede observar, que a partir que la mercadería pasa la borda del buque el importador asume los costos de riesgo de la carga hasta llegar a destino.



Fuente: Imágenes de Google

Figura 35: Incoterm FOB

Adaptado por: Jéssica Crespo

4.4.2 Empaque, envase y embalaje

4.4.2.1 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

El buen manejo de los embalajes debe ser realizado en base al término de unitarización, mismo que menciona que la carga debe ser empacada de manera que pueda ser movida y manipulada, durante toda la cadena de distribución, evitando que el producto se estropee, lo cual ayudará a la paletización y contenedorización. El envase para las frutas deshidratadas será fundas de polipropileno, mismas que protegerán y presentarán el producto, ayudarán a la distinción con otros artículos, y facilitará su transporte. Según

la directiva del Consejo Europeo, sobre el etiquetado, estipula que es importante que se tenga una correcta identificación de los ingredientes que contiene el producto, para que el consumidor pueda identificar correctamente si es o no alérgico o intolerante a alguno de los ingredientes especificados.

En el envase, las etiquetas de los productos alimenticios debe constar la marca comercial, el tratamiento al que fue sometido el producto por ejemplo si es que fue tostado o en el caso de las frutas si fue deshidratado; debe constar también la descripción de los ingredientes que se utilizaron, pero en el caso de las frutas deshidratadas no será necesario que en la etiqueta conste el ingrediente ya que el producto es 100% natural sin la utilización de ningún aditivo adicional.

Las consideraciones para el embalaje y etiquetado deben ser las siguientes:

- La litografía de las etiquetas debe ser en alemán, pero también se puede incluir otros idiomas.
- Las etiquetas tienen que ser claras.
- Debe constar la fecha máxima de consumo
- Descripción de los ingredientes
- Señalar el peso o volumen en unidades métricas
- Lugar, país de origen
- Registro Sanitario
- Nombre, dirección y número del fabricante.
- Número de lote

El empaque para las frutas deshidratadas, ayudarán a proteger el producto y el envase, facilitará la manipulación de las unidades, este será cajas de

cartón, debe ser cerrado y sellado correctamente para que al momento del transporte no exista ningún inconveniente.



Figura 36: Caja de cartón de frutas deshidratadas

Elaborado por: Jéssica Crespo

4.4.3 Cubicaje

Es un instrumento que se aplica para unitarizar de forma eficiente y aprovechando espacios en el contenedor. Para el envío de las frutas deshidratadas se ha escogido un contenedor estándar de 20 pies, las medidas son 6 metros de largo, 2.4 metros de ancho, la capacidad de carga es de 20.320 kilogramos. El primer pedido será de 2500 fundas de frutas deshidratadas de 250gr.

	Caja 1		Fundas de frutas deshidratadas		
Alto	30	/	15	=	2,00
Largo	50	/	25	=	2,00
Ancho	50	/	10	=	5,00
					<u>20 fundas de frutas deshidratadas en una Caja 1</u>
Alto	Pallet 110	/	Caja 1 30	=	3,7

Largo	120	/	50	=	2,4
Ancho	100	/	50	=	<u>2,0</u>
12 Cajas 1 en un Pallet					

Las 2500 fundas de frutas deshidratadas solicitadas se las divide para las 20 que entran en una caja 1 dando como resultado 125 cajas 1.

Las 125 cajas 2 dividimos para las 12 cajas 1 que entran en un pallet, dando como resultado 11 pallets.

4.4.4 Medios de transporte

La función primordial del transporte en el comercio internacional es trasladar una mercancía desde un punto en el país de origen hasta un lugar en el país de destino, de tal forma que llegue dentro del plazo acordado, sin deterioro y con la protección física idónea utilizando los vehículos adecuados.

Se debe considerar los siguientes elementos importantes para la logística del transporte:

- Seleccionar el tipo de transporte de acuerdo a la mercancía.
- Grado de fragilidad o vulnerabilidad de la mercancía.
- Considerar los costos del transporte por ejemplo si desea que la mercancía llegue mucho más rápido tendrá que contratar un medio de transporte con un costo mucho más alto que de ser el caso es el avión hasta ahora considerado más costoso; pero el transporte más económico es enviar la mercadería en barco ya que dependiendo la distancia el tiempo será mayor.
- Los valores a pagar son considerados por el peso y volumen dependiendo de la mercancía, y también la susceptibilidad a daños y la distancia.

Es importante que el transporte que se contrata tenga rutas cortas para poder cumplir con los tiempos negociados con el cliente y así mantenerse en el mercado sin perder las relaciones comerciales negociadas en el exterior.

4.4.4.1 Medio de transporte marítimo

La característica principal del transporte marítimo es la capacidad de carga de contenedores, es ideal para cargas pesadas y no perecederas, además que en comparación del transporte aéreo es más económico.

El documento que se utiliza en el transporte marítimo internacional es el conocimiento de embarque BL (Bill of loading).

4.4.5 Coordinación con la naviera

Es importante realizar la coordinación con la naviera, para que nos ayuden con la reserva o Booking, para la fecha de zarpe estimada de la mercancía y la orden de retiro del contenedor.

Booking.- O también reserva de exportación, misma que se realiza para reservar un lugar en el buque para el contenedor.

Los datos que deben constar en la reserva booking son:

- El cut off o fecha y hora máxima de ingreso del contenedor al puerto que generalmente es de 12 horas antes de que la nave llegue a puerto, toda carga que ingrese fuera del cut off no podrá ser considerada en el embarque.
- Tipo de contenedor (Para el caso de este estudio se utilizará un contenedor de 20 pies Stándar).
- Nombre del patio de origen y patio de destino
- Descripción de la mercancía que se va a cargar.

- Puerto de destino (En este caso Hamburgo)

Orden de retiro o Interchange.- con este documento que emita la naviera una vez realizado el booking, se lo entrega al transportista interno, contratado por la empresa exportadora, para que retire el contenedor en los patios designados por la naviera, para posteriormente ir a la planta a cargar la mercadería.

Luego la naviera realiza un borrador del conocimiento de embarque con los datos requeridos por el exportador, mismo que es enviado para su revisión, una vez revisado se aprueba y se le notifica a la naviera que imprima el documento en origen o en destino, según lo acordado con el cliente, estos pueden ser tres bl's originales y tres copias no negociables.

4.4.6 Costo del flete internacional

Conforme la cotización realizada, se ha elegido embarcar con la naviera Hapag- Lloyd, el valor del flete de un contenedor estándar de 20 pies, desde el Puerto de Guayaquil hasta el puerto de Hamburgo es de USD 1 866.00, y el THC es de USD 150.00, el viaje que realizará será directo, es decir sin realizar paradas en ningún otro puerto, el tiempo aproximado de viaje será de 22 días.

4.4.7 Contratación del transporte interno

El tipo del medio de transporte interno es terrestre mismo que es adecuado para el envío urgente de mercancías, se encargará del traslado de la carga desde la bodega hasta el módulo de ingreso o zona primaria en Guayaquil en este caso a Contecon. Se realizó una cotización del flete aproximado del traslado de la carga desde Cotacachi de la planta Sumak Mikuy a Guayaquil y es de USD 600.00.

4.4.7.1 Documentos que necesita el transportista interno

Una vez que se termine de cargar el contenedor, el jefe de bodega emite una guía de remisión, misma que sustenta el traslado de la mercadería

Para que el contenedor pueda ingresar al módulo de Contecon necesita el documento de autorización para el ingreso y salida de vehículos (AISV) y la DAE.

- **El formulario AISV** lo realiza el exportador, en la página web de Contecon, con su usuario y clave. En la Figura 37 se observa el menú principal para el ingreso al formulario, se debe seleccionar la opción AISV para contenedores llenos.



Figura 37: Menú principal AISV

Fuente: Contecon Guayaquil

Adaptado por: Jéssica Crespo

En el Anexo C podrá observar el formato para ingresar los datos del AISV que se describen a continuación:

Ingreso o selección del Booking

1. Nombre del exportador

2. Nombre de la línea naviera
3. Número de booking

Datos del booking

4. Referencia Contecon
5. Nombre de la nave o buque
6. Fecha estimada de arribo (ETA)
7. Fecha límite (Cut Off)
8. Último ingreso sugerido
9. Nombre de la agencia naviera
10. Puerto de descarga
11. Puerto de descarga final
12. Producto declarado en booking
13. Tamaño del contenedor
14. Tipo de contenedor
15. Características de la unidad si es refrigerado o no
16. Estiba bajo cubierta, colocar sí o no
17. Notas del Booking

Ingreso de Datos

18. Nombre del agente afianzado
19. Documento de Aduana N° (Número de DAE)
20. Mercadería susceptible a cupo

Datos del Contenedor

21. Número del contenedor
22. Tara del contenedor expresado en toneladas

23. Carga Máxima del contenedor

24. Peso bruto de la carga expresado en toneladas

25. Origen del contenedor (nombre del depósito) y la fecha y hora de retiro del contenedor.

Datos sobre refrigeración del contenedor (en este caso de estudio, los campos 26. Tipo de refrigeración, 27. Temperatura, 28. Humedad (CBM), 29. Ventilación (%), no serán llenados porque las frutas deshidratadas no necesitan refrigeración)

Detalle de los sellos del contenedor

30. Número del sello o precinto de la naviera

31. (Sello de ventilación reefer, para el caso de estudio no se llenará este campo)

32. Sello Opcional, puede ser el sello del exportador

33. Sello Opcional 2

34. Responsable del sellado

35. Documento de identidad del responsable del sellado

Detalle del exceso de dimensiones del contenedor (de igual forma este campo no se llenará porque, la carga para las frutas deshidratadas no presenta exceso de dimensiones en el contenedor, es decir no se llenará del campo 36 al 41).

Datos del transporte

42. Ubicación de la planta

43. Fecha y hora de salida de planta

44. Tiempo estimado de viaje

45. Nombre del conductor

46. Documento de identidad
47. Placa del vehículo
48. Certificado de cabezal (opcional)
49. Certificado de chasis (opcional)
50. Certificado especial
51. Nombre de la compañía de transporte
52. RUC de la compañía de transporte

Datos para notificación

53. Correo(s) para notificación.

4.4.8 Contrato de seguro interno en origen

Aunque la negociación la hayamos realizado en términos FOB y no sea exigible el contrato del seguro, la empresa exportadora podrá contratar un seguro contra todo riesgo por seguridad, en caso de que pueda ocurrir alguna eventualidad al momento del traslado de la carga desde la planta hasta el puerto de Guayaquil.

4.4.9 Despacho

Una vez realizado la carga del contenedor se despacha, y el tiempo aproximado en llegar la mercancía al Puerto de Guayaquil es de 8 horas.

Al llegar el contenedor a Contecon deberá pagar una tarifa de almacenaje, hasta el zarpe del buque, los valores a pagar será por la recepción y despacho de contenedores de USD 37.11 + IVA, y por el porteo de los contenedores USD 43.30 + IVA, total a pagar USD 90.06.

4.4.10 Forma de Pago

Al ser la primera vez que se exporta, es recomendable trabajar con un crédito documentario es decir una carta de crédito irrevocable y confirmada a 60 días desde la fecha del BI, porque garantiza y agiliza el cobro de la exportación, es irrevocable porque constituye un compromiso firme del pago de las mercancías siempre y cuando los documentos y condiciones cumplan los términos del crédito, no se puede realizar anulaciones ni cambios en el pago sin el consentimiento de los involucrados es decir el exportador los bancos intermediarios y el importador.

“La carta de crédito o crédito documentario es un instrumento o medio de pago, independiente del contrato que dio origen a la relación entre comprador y vendedor, es decir, el comúnmente llamado "Contrato de compra-venta Internacional". Se instrumentan de acuerdo con las Reglas y Usos Uniformes para los Créditos Documentarios - UCP 600 de la Cámara de Comercio Internacional – ICC”. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)

Es el medio de pago que ofrece y da mayor seguridad, tanto al exportador como al importador, el procedimiento es que un banco del exterior a nombre y cuenta del importador emite una obligación de pago en favor o a través de un Banco corresponsal, una vez que se hayan cumplido todas y cada una de las condiciones estipuladas en la carta de crédito. Según las Reglas y Usos Uniformes para Créditos Documentarios, en la publicación 600 de la Cámara de Comercio Internacional indica que las partes que intervienen en la carta de crédito son:

Ordenante.- *es el importador o comprador de la mercancía, y es quién solicita la apertura del crédito documentario, a su vez específica al banco emisor las condiciones que se deben considerar.*

Banco emisor.- es el banco sobre el cual recae la obligación principal para con el beneficiario, y el que deberá abrir el crédito documentario a favor de éste, actúa bajo instrucciones del ordenante.

Beneficiario.- es el exportador o vendedor de la mercancía, y quién tiene derecho de cobro en función de las condiciones impuestas en la carta de crédito, debe presentar la documentación requerida en los plazos correspondientes.

Banco corresponsal.- según la responsabilidad que tenga, se llamará banco pagador si debe entregarle dinero a la vista al beneficiario si cumple con sus obligaciones, banco confirmador si acepta y confirma la letra del beneficiario para pagársela al vencimiento, banco avisador si únicamente notifica al beneficiario la apertura del crédito.

La carta de crédito puede estar en función del:

- **Compromiso que asume el banco emisor del crédito.-** puede ser revocable o irrevocable

Revocable.- cuando se negocia una carta de crédito revocable, quiere decir que en cualquier momento puede ser anulada o modificada por el banco emisor y no constituirá un compromiso en firme por parte del este banco, lo cual no da garantía al exportador.

Irrevocable.- esta modalidad constituye un compromiso en firme por parte del banco emisor de pagar y aceptar los instrumentos de giro por parte del beneficiario, siempre y cuando los documentos requeridos hayan sido presentados.

- **Compromiso que asume el banco beneficiario.-** es decir el que se encuentra por parte del exportador, al que se puede notificar o confirmar el crédito.

Notificado.- es decir el crédito es avisado al banco beneficiario, por parte del banco emisor, sin adquirir compromiso de pago alguno.

Confirmado.- cuando el banco corresponsal confirma la carta de crédito se convierte en solidario pagador de la obligación en nombre del banco emisor y a favor del exportador o beneficiario.

Proceso de exportación mediante una carta de crédito irrevocable y confirmada.

- Lo primero que se debe hacer el Importador en Alemania, es solicitar a través de su banco emisor que se realice una apertura de una carta de crédito a favor de la empresa exportadora de frutas deshidratadas en Ecuador.
- El banco emisor en Alemania emita la carta de crédito irrevocable y confirmada, y solicita al banco corresponsal en Ecuador que confirme el crédito.
- El banco corresponsal revisa, verifica la información, confirma y notifica al exportador que existe una carta de crédito de la cual es beneficiario.
- El beneficiario verifica las condiciones que fueron acordadas con el importador, y si está conforme y procede al envío de la mercancía.
- Una vez enviada la mercancía y reunidos los documentos exigidos se entrega los documentos originales adjuntos a con una copia de los mismos al banco corresponsal.
- El banco corresponsal revisa los documentos y los envía al banco emisor para que se los entregue al importador.

- El banco emisor notifica y adeuda al importador el valor del crédito para entregar los documentos originales. El pago se lo deberá realizar en un plazo de 60 días a partir de la fecha del bl.
- Cuando el importador obtiene los documentos requeridos de la importación puede nacionalizar la mercancía.

4.4.11 Regularización de la DAE

Para obtener la DAE definitiva, se debe realizar un proceso de regularización ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, esto lo realiza el agente de aduana, se tiene un plazo de treinta días a partir de la fecha de zarpe del buque para completar este proceso, lo debe realizar en el sistema Ecuapass.

Para lo cual el exportador deberá enviar al agente de aduana, una copia de la factura comercial, del certificado de origen y una copia no negociable del conocimiento de embarque Bl.

CAPÍTULO V

IMPACTOS

5.1 Impacto Social

Un estudio del MIPRO y la FLACSO señala que en Ecuador las Mipymes, poseen un enorme potencial para la generar producción, empleo e ingresos; de esta manera logran convertirse en el motor del desarrollo del país, mismas que siguen alcanzando mayores niveles de participación en el mercado internacional.

La Constitución del Ecuador en el artículo 66 menciona “el derecho a una vida digna, en la que asegure la salud, alimentación, nutrición, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, seguridad social entre otros servicios que son necesarios”

La implementación de estrategias de las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas, para que puedan comercializar su producto tanto en el mercado nacional como internacional, cumple un rol importante en este sector.

El impacto social que genera la presente investigación titulada, Plan de Estrategias de Comercialización Internacional para la Exportación de Frutas Deshidratadas, Bajo Consideraciones de las Buenas prácticas de Manufactura como Elemento de Competitividad, resulta beneficioso para generar mayores oportunidades de empleo a la población, va de la mano con el Objetivo 3 del Plan Nacional para el Buen Vivir se plantea. “Mejorar la calidad de vida de la población”.

Una de las estrategias importantes en la investigación de este plan ha sido la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura que pueden adoptar las empresas, para garantizar, seguridad alimentaria y la inocuidad en la

elaboración de sus alimentos, generando una ventaja competitiva al momento de ofertar el producto.

Según un reporte de la FAO; menciona que una forma adecuada para reducir la pobreza y promover el desarrollo es, el secado de frutas mismo que es considerado como una tecnología promocional de bajo costo.

Dentro del Objetivo 10 del Plan Nacional para el Buen Vivir, dentro de las políticas y lineamientos estratégicos 10.5, en el que menciona *“Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas – Mipymes- en la estructura productiva”*, literal a *“Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos”*.

De esta manera, al ser actividades que realizan los agricultores, se puede garantizar el trabajo digno en todas sus formas. Tanto para las familias y pequeños productores como para quienes formaran parte del equipo de trabajo en las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas, al implementar certificaciones que den valor agrado a sus productos y aumenten la competitividad en el mercado nacional e internacional, garantizarán la estabilidad a los trabajadores y su capacitación permanente, convirtiendo a su equipo en verdadero talento humano.

5.1.1 Ejemplo de empresa de éxito en el sector frutas deshidratadas.

Una evidencia de que se ha generado mayores oportunidades de empleo en este sector es el caso de la empresa Terrafértil es una empresa que trabaja bajo el modelo de asociatividad, con pequeños productores de Pimampiro, Tabacundo, Cayambe, Yaruquí y otras poblaciones de Pichincha.

En total, son cerca de 254 empleos directos y 680 indirectos que genera Terrafértil, para esta empresa la fuerza laboral es uno de los principales factores para que la empresa produzca, procese y comercialice frutas deshidratadas y otra gama de productos que son vinagres, especias y miel de abeja, todos de origen orgánico. Son dos estrategias principales que maneja, la primera es vender fruta deshidratada como ingrediente para nuevas preparaciones, en especial, en los mercados internacionales. Un ejemplo: la uvilla para granola; la segunda estrategia es identificar mercados donde introducir los productos.

5.1.2 Desempeño de los productores

La tarea de los pequeños productores al contribuir con los cultivos y cosechas responsables con el medio ambiente y cumpliendo certificaciones orgánicas, les ha beneficiado en el mejoramiento de sus ingresos económicos, otra de las ventajas es que no tienen que migrar a otras ciudades en busca de trabajo.

Otra de las empresas que ha generado mayores oportunidades de empleo es Sumak Micuy, que beneficia cerca de 107 familias, que trabajan bajo certificación orgánica, de las comunidades de Cotacachi, porque son quienes proveen la materia prima para la elaboración de los productos.

5.2 Impacto Económico

El objetivo fundamental del Gobierno es el sostener una inversión pública que permita el retorno de la inversión estratégica, para así garantizar una economía futura que mejore la competitividad y productividad local.

El Ecuador mantiene una economía estable y dispone de mejores activos en infraestructura, tales como: escuelas, carreteras, centrales hidroeléctricas y hospitales, por eso, la inversión pública seguirá siendo importante dentro de la gestión del Gobierno Nacional, permitiendo el retorno de las inversiones

estratégicas, para así garantizar una economía futura que mejore la competitividad y productividad local.

El Objetivo 10 plantea “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, y en su meta 10.1” Incrementar la participación de exportaciones de productos con intensidad tecnológica alta, media, baja y basado en recursos naturales al 50,0%”, que sin duda alguna ayudará a mejorar los ingresos económicos de las familias.

Las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas, mismas que serán un verdadero escenario para el desarrollo de las comunidades, familias y pequeños productores, permitiéndoles tener un ingreso importante para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Sumak Mikuy es una microempresa autosustentable; la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (UNORCAC) es su socio mayoritario lo que asegura que las utilidades generadas sean revertidas en su grupo de beneficiarios. La implementación de las buenas prácticas de manufactura, garantizarán la inocuidad de las frutas deshidratadas, asegurando calidad de preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización, con el objetivo de maximizar los niveles de producción y minimizar riesgos en el proceso, logrando significativamente la disminución de gastos innecesarios.

5.3 Impacto Ambiental

Las empresas del sector frutas deshidratadas al ofertar productos 100% naturales no provocan daños al medio ambiente ya que en el proceso de elaboración no utilizan ningún tipo de químicos ni tampoco desechos tóxicos que afecten la salud, ni a la naturaleza, razón por la cual cumple con el Objetivo 7 que es “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”. Los desechos constituyen elementos biodegradables ya que la corteza de la fruta se realizara a través

de la recolección ordinaria de basura. Sin embargo se debe hacer un uso racional de los servicios de electricidad y agua potable. Otro de los impactos ambientales favorables es la agricultura orgánica, para la producción de las frutas se evita al máximo el uso de fertilizantes, pesticidas y reguladores de crecimiento o cualquier otra sustancia tóxica que contamine la naturaleza.

5.3.1 Reciclaje del capuchón de la uvilla

Los capuchones de la uvilla son utilizados por los pequeños artesanos, para la realización de papel, con el cual se pueden hacer títeres, máscaras y pinturas. A continuación se describirá el proceso de la elaboración de papel de uvilla:

- Lo primero que se debe hacer es cocinar los capuchones de uvilla con sosa cáustica como se observa en la Figura 38.



Figura 38: Cocinado del capuchón de la uvilla con sosa cáustica

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

- Dejar cocinar los capuchones aproximadamente de una a dos horas, en este paso se elimina todo el almidón. (Ver Figura 39)



Figura 39: Capuchones de uvilla cocinados

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

- Una vez cocinados los capuchones se lava nuevamente en agua fría y se los coloca en una licuadora industrial, como se observa en la Figura 40.



Figura 40: Colocación de capuchones en licuadora

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

- Licuar para separar completamente el almidón de la fibra, como se muestra en la Figura 41.



Figura 41: Licuado de Capuchones

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

- Colocar la pulpa de capuchón de uvilla licuado, en un pequeño tanque con agua para luego, recogerlo en unos cuadros en mallas. (Ver Figura 42)



Figura 42: Mezcla de pulpa de capuchones en agua

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

- Se separa la malla y se deja el molde de papel listo, luego de eso secar bien.



Figura 43: Molde de papel de uvilla

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

- Una vez escurrido y secado, se tiene listo el papel de uvilla, y se procede a utilizarlo, para realizar distintas artesanías, como se muestra en la Figura 44.



Figura 44: Relieve de papel de uvilla

Fuente: Saberes Ancestrales Sumak Mikuy

Adaptado por: Jéssica Crespo

5.3.2 Incidencia de las BPM en el medio ambiente

Las empresas dedicadas a la elaboración de frutas deshidratadas, al implementar, las buenas prácticas de manufactura, aportan con grandes resultados al medio ambiente como por ejemplo:

- Uso óptimo de los recursos e insumos.
- Trazan hábitos de reciclaje y tratamiento de residuos.

- Disminución de residuos peligrosos.
- Establecen un orden permanente y un mantenimiento oportuno de los equipos.
- Crea una cultura de reciclaje o reutilización.

5.4 Impacto Estratégico

Como consecuencia de la globalización las empresas de diferentes sectores, cada vez buscan implementar, cumplir y mejorar continuamente sus operaciones, alineadas a las tendencias y normas internacionales con el fin de mantenerse competitivas.

5.4.1 Esquemas de implementación de inocuidad

Los alimentos en su elaboración no deben contaminarse en ninguno de sus procesos, por lo que es importante tener en consideración los siguientes elementos:

- Programas de prerrequisitos
- Certificaciones por ejemplo Buenas Prácticas de Manufactura (Ver Figura 45)
- Comunicación con todos los actores de la cadena alimentaria, asegurando la calidad de las frutas deshidratadas.

Mismas que permiten mejorar los procesos operacionales y por ende la competitividad, cumpliendo los estándares de calidad exigidos en el mercado internacional.



Figura 45: Sello de certificación BPM

Fuente: Imágenes de Google

Adaptado por: Jéssica Crespo

CONCLUSIONES

- La deshidratación es un proceso que disminuye el porcentaje de agua en las frutas, ayuda a conservar sus propiedades nutritivas, tiene un tiempo mayor de vida útil y facilita el transporte de las mismas, creando la oportunidad de diversificar la oferta exportable del país, conforme se plantea en el Plan Nacional para el Buen Vivir.
- La implementación de Buenas Prácticas de Manufactura, en el proceso de elaboración de alimentos, son un factor que crea valor para las frutas deshidratadas a comercializar internacionalmente, porque aseguran la inocuidad y calidad del producto.
- Conforme a la evaluación y selección de países se determinó que Alemania es un mercado atractivo para las frutas deshidratadas, ya que es un país con tendencias de consumo de alimentos saludables, naturales, libres de colorantes o de cualquier aditivo artificial.
- Las estrategias de comercialización internacional planteadas, representan una oportunidad para las Mipymes de darse a conocer en mercados extranjeros, y que incursionen en la exportación, sin dejar de lado la ayuda que brinda PROECUADOR a este sector principalmente al consorcio de ECUA-DEHYD.
- El impacto social que genera la implementación de estrategias así como la certificación de buenas prácticas de manufactura, es importante porque permite una demanda continua del producto, misma que crea trabajo a los pequeños productores, no solo en la agricultura sino a los pequeños artesanos, mejorando su calidad de vida.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar las oportunidades que actualmente promueven la exportación de productos no tradicionales y hacen referencia al cambio de la matriz.
- Considerar que la implementación de certificaciones como las buenas prácticas de manufactura que crean valor y competitividad a las empresas, no son un gasto innecesario sino que por el contrario resulta una inversión que ayudará al crecimiento y desarrollo de la empresa.
- Participar de las feria internacionales que promueve PROECUADOR, porque ayudarán a la promoción de las frutas deshidratadas y mayor apertura de nuevos mercados.
- Realizar capacitaciones constantes, para la implementación de nuevas certificaciones que se requieran para ingresar en nuevos mercados.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, V. (24 de Marzo de 2015). *Proceso de deshidratación de frutas*. (J. Crespo, Entrevistador)
- Amstrong, P. (2010). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson.
- Czinkota, M. R. (2007). *Negocios Internacionales*. Mexico: Cengage Learning.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2010). *Negocios Internacionales - Ambientes y Operaciones* (Décimosegunda ed.). México: Prentice Hall.
- Díaz, A., & Uría, R. (25 de Agosto de 2012). *Agronegocios, cuadernos para la exportación*. Recuperado el 11 de Enero de 2015, de Buenas Prácticas de Manufactura / Una guía para pequeños y medianos agroempresarios:
<http://www.iica.int/Esp/Programas/agronegocios/Publicaciones%20de%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/buenas%20practicas%20manufactura.pdf>
- García, D. El Comercio. (10 de Octubre de 2012). *Las nuevas preferencias arancelarias*. El Comercio, pág.19
- Heredia, F. El Comercio. (1 de Octubre de 2014). *Comisión Europea propone dos años más de beneficios arancelarios para Ecuador*. Obtenido de el comercio.com.ec:
<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/comision-europea-ce-ecuador-acuerdos.html>
- El Universo. (13 de Noviembre de 2014). *El Universo - Noticias*. Recuperado el 27 de Enero de 2015, de Ecuador romperá récord de producción de banano:
<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/13/nota/4219771/ecuador-rompera-record-produccion-banano>
- FAO-Food and Agriculture Organization of the United Nations.(2012). Recuperado el 11 de Enero de 2015, de Publicaciones del Codex Alimentarius:
ftp://ftp.fao.org/codex/Publications/understanding/Understanding_ES.pdf
- Fundación Mango Ecuador. (s.f.). *Mango Ecuador*. Recuperado el 25 de Enero de 2015, de Variedades del Mango Ecuatoriano:
<http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

- Galaviz J.F, y Rodriguez, V.A.(2012). *Estrategia Sustentable para Deshidratar Frutas y Vegetales*. España: Editorial Panamericana.
- Gil , A. (2010). *Composición y Calidad Nutritiva de los Alimentos*. Madrid, España: Medica Panamericana.
- Grau, A. M., Maupoey, P. F., & Albornos Sorolla, A. M. (2010). *Introducción al Secado de Alimentos por Aire Caliente*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- La Comisión de la Comunidad Andina. (12 de Diciembre de 2003). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/pro/valuation.action>
- Lambin, J. J. (1991). *Marketing Estratégico*. Madrid: McGraw-Hill.
- Lobejón Herrero, L. F. (2001). *Economía Actual*. Madrid, España: AKAL.
- Macas, G. (2014). *Ecuador aumenta sus exportaciones de fruta al mundo*. *Revista El Agro*, 10. Recuperado el 11 de Febrero de 2015, de Ecuador aumenta sus exportaciones de frutas al mundo: <http://www.revistaelagro.com/2014/04/28/ecuador-aumenta-sus-exportaciones-de-frutas-al-mundo/>
- Narváez,M. (25 de Marzo de 2015). *Certificación buenas prácticas de manufactura*. (J. Crespo, Entrevistador)
- Marínez Hernández, A., & Portillo Baquedano, M. (2010). *Fundamentos de Nutrición*. Madrid: Panamericana S.A.
- Ministerio de Comercio Exterior. (18 de Diciembre de 2014). *Acuerdos Comerciales*. (D. O. Europea, Ed.) Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de Reglamento del Parlamento Europeo y Consejo: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/REGLAMENTO-1384-2014-UE-trato-a-Ecuador.pdf>
- Ministerio de Salud Publica. (6 de Noviembre de 2013). *Certificados de buenas prácticas de manufactura*. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://www.salud.gob.ec/las-industrias-deben-obtener-certificados-de-buenas-practicas-de-manufactura-para-alimentos-hasta-el-27-de-noviembre/>
- ONUDI. (Abril de 2005). *Pequeñas y medianas empresas como consorcios*. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial: Obtenido de: https://www.unido.org/fileadmin/user_media/Services/PSD/Clusters_a

nd_Networks/publications/espanol/05-81889_D_pliant-general-Spanish_E-book.pdf

Proecuador. (2013). *Boletín Análisis de Mercados*. Obtenido de: http://www.proecuador.gob.ec/content/uploads/2013/01/PROEC_AM2012_ENE.pdf

Registro Oficial 696. (4 de Noviembre de 2002). Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados: <http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf>

Registro Oficial Ecuador 452. (19 de Mayo de 2011). *Capítulo IV Despacho (Sección I Declaración Aduanera)*. Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito, Pichincha, Ecuador.

Registro Oficial Ecuador 896. (21 de Febrero de 2013). *Registro Sanitario*. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de Ministerio de Salud Publica: <http://cilec.ups.edu.ec/documents/4578433/4594388/REGISTRO+OFICIAL+REGISTRO+SANITARIO+No+896.pdf>

Secilio, G. (2005). *La Calidad en Alimentos como Barrera Para-Arancelaria*. Santiago de Chile: Series CEPAL.

Secretaría General de la Comunidad Andina. (1 de Junio de 2009). *Procesos de exportación*. Obtenido de: <http://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/nor/Resolucion1239.pdf>

SENAE. (Diciembre de 2012). *Requisitos para exportar*. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional Para el Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.buenvivir.gob.ec/presentacion>

Tafur Garzón, M. (2009). *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 7 de Enero de 2015, de La inocuidad de alimentos y el comercio internacional: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=295023525009>