



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

**DE LICENCIADA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

**EXPORTACIÓN DE SNACKS DE CAMOTE HACIA EL MERCADO HOLANDES**

**TUTOR**

**MGTR. SERGIO CRISTOBAL SUAREZ LOPEZ**

**AUTORES**

**THALIA MERCEDES NOLIVOS CHICA**

**MIGUEL ANTONIO SUAREZ PORTILLA**

**GUAYAQUIL**

**2022**



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:**

Exportación de snacks de camote hacia el mercado holandés

**AUTOR/ES:**

Nolivos Chica Thalia Mercedes  
Suarez Portilla Miguel Antonio

**REVISORES O TUTORES:**

Mgtr. Suarez López Sergio Cristóbal

**INSTITUCIÓN:**

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de  
Guayaquil

**Grado obtenido:**

Licenciado en Comercio Exterior

**FACULTAD:**

Administración

**CARRERA:**

Comercio Exterior

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** 2022

**N. DE PAGES:** 93

**ÁREAS TEMÁTICAS:** Educación comercial y administración

**PALABRAS CLAVE:** camote, exportación, análisis, producción, calidad.

**RESUMEN:**

El objetivo principal del tema que se investiga es desarrollar un análisis sobre la exportación de snacks de camote en el cual, se dará a conocer, la posibilidad de ingresar a nuevos mercados en el extranjero como Holanda en la ciudad de Rotterdam, los cuales mantienen su costumbre alimenticia y buscan productos étnicos, siendo el chip uno de los productos más apetecidos. Aprovechando la producción de camote que es materia prima de calidad con la que cuenta el país ya que ha sido exportada tradicionalmente. La metodología utilizada es la entrevista en la investigación cualitativa es una técnica para obtener información verídica que responda a la pregunta que está dirigidas a supermercados holandeses vinculadas con la venta de todo tipo de snack.

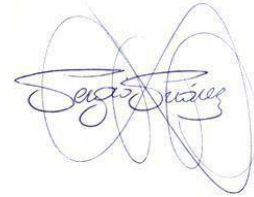
**N. DE REGISTRO** (en base de  
datos):

**N. DE CLASIFICACIÓN:**

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>  |   |  |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/> <b>NO</b>   |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b><br>Nolivos Chica Thalia Mercedes<br>Suarez Portilla Miguel Antonio | <b>Teléfono:</b><br>0968097475<br>0998020585  | <b>E-mail:</b><br><a href="mailto:tnolivosc@ulvr.edu.ec">tnolivosc@ulvr.edu.ec</a><br><a href="mailto:msuarezp@ulvr.edu.ec">msuarezp@ulvr.edu.ec</a> |
| <b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>   | <p>DECANO, FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN<br/>MAE. OSCAR MACHADO ALVAREZ<br/><b>Teléfono: 2596500 Ext. 201</b><br/><b>E-mail: <a href="mailto:omachadoa@ulvr.edu.ec">omachadoa@ulvr.edu.ec</a></b></p> <p>DIRECTORA CARRERA COMERCIO EXTERIOR<br/>Ph.D. MONICA VILLAMAR MENDOZA<br/><b>Teléfono: 2596500 Ext. 264</b><br/><b>E-mail: <a href="mailto:mvillamarm@ulvr.edu.ec">mvillamarm@ulvr.edu.ec</a></b></p> |  |

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

**MGTR. SERGIO SUÁREZ LÓPEZ**  
**C.I 1204699456**



**Fecha de entrega:** 08-feb-2022 06:00p.m. (UTC-0500)  
**Identificador de la entrega:** 1758040688  
**Nombre del archivo:** EXPORTACION\_DE\_SNACKS\_DE\_CAMOTE\_HACIA\_EL\_MERCADO\_HOLANDE\_5.docx (3.92M)  
**Total de palabras:** 15223  
**Total de caracteres:** 88154

## EXPORTACIÓN DE SNACKS DE CAMOTE HACIA EL MERCADO HOLANDÉS

### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

[www.eumed.net](http://www.eumed.net)

Fuente de Internet

4%

2

[1library.co](http://1library.co)

Fuente de Internet

3%

Excluir citas: Activo

Excluir bibliografía: Activo

Excluir coincidencias: < 3%

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados THALIA MERCEDES NOLIVOS CHICA y S MIGUEL ANTONIO SUAREZ PORTILLA declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, EXPORTACIÓN DE SNACKS DE CAMOTE HACIA EL MERCADO HOLANDÉS, corresponde totalmente a lo suscrito y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autores

Firma:

*Thalia Nolivos*



THALIA MERCEDES NOLIVOS CHICA

C.I. 0922402821

Firma:

*Miguel Suarez*

SUAREZ PORTILLA MIGUEL ANTONIO

C.I. 0959310004

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **Exportación de snacks de camote hacia el mercado holandés**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Exportación de snacks de camote hacia el mercado holandés**, presentado por los estudiantes THALIA MERCEDES NOLIVOS CHICA y MIGUEL ANTONIO SUAREZ PORTILLA como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



SERGIO CRISTOBAL SUAREZ LOPEZ

C.C. 1204699456

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por este triunfo y por darme la capacidad y oportunidad de estar donde me encuentro, en especial a mis padres por contar y por acompañarme en cada momento, de la cual me siento muy orgullosa. A mis compañeros, docentes y al tutor Sergio Suarez agradezco con todo mi cariño por sus esfuerzos, dedicaciones y conocimientos para hacer de este proyecto una oportunidad de seguir avanzando, aprendiendo y adquiriendo conocimientos.

Thalia Mercedes Nolivos Chica

Agradezco a Dios en primer lugar que a pesar de las adversidades y momentos difíciles ha estado conmigo en todo momento, a mi abuela por inculcarme valores y educación para afrontar los retos importantes de la vida y a mis profesores por todas las enseñanzas adquiridas en las aulas.

Miguel Antonio Suarez Portilla

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres que me han ayudado en las diferentes etapas de mi vida y me han enseñado a no rendirme hasta alcanzar los objetivos propuestos.

Thalia Mercedes Nolivos Chica

Este trabajo va dedicado a una persona importante en mi vida, a mi abuela gracias por su apoyo incondicional y sus sabios consejos que me han estado preparando en la vida y en la educación.

Miguel Antonio Suarez Portilla



## INDICE GENERAL

|  |     |
|--|-----|
| FICHA DE REGISTRO DE TESIS.....                                | II  |
| CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO .....                      | IV  |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES..... | V   |
| CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....                    | VI  |
| AGRADECIMIENTO .....   | VII |
| DEDICATORIA .....  | XI  |
| INDICE DE TABLA .....  | XVI |
| INDICE DE FIGURA.....  | XVI |
| INTRODUCCIÓN .....   | 1   |
| CAPITULO I .....   | 2   |
| DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....                               | 2   |
| 1.1 Tema .....   | 2   |
| 1.2 Planteamiento del Problema .....                           | 2   |
| 1.3 Formulación del Problema.....                              | 4   |
| 1.4 Sistematización del Problema.....                          | 4   |
| 1.5 Objetivo General.....                                      | 4   |
| 1.6 Objetivos Específicos .....                                | 4   |
| 1.7 Justificación .....  | 5   |
| 1.8 Delimitación del Problema .....                            | 7   |
| 1.9 Hipótesis o Idea a Defender.....                           | 8   |
| 1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad .....       | 8   |
| CAPÍTULO II .....  | 9   |
| MARCO TEÓRICO.....   | 9   |
| 2.1 Marco Teórico Referencial .....                            | 9   |
| 2.1.1 El camote .....  | 12  |
| 2.1.2 Producto local de camote en bruto .....                  | 13  |
| 2.1.3 Los snacks .....   | 14  |
| 2.1.4 Compañías Ecuatorianas Productoras de Snacks .....       | 15  |
| 2.1.5 Mercado de destino .....                                 | 16  |
| La Economía Holandesa.....                                     | 16  |
| Comercio Holandés .....  | 18  |
| El comercio entre Ecuador y Holanda.....                       | 20  |
| 2.1.6 Fundamentación Teórica .....                             | 21  |
| Teorías de la Administración .....                             | 21  |
| Teoría de la administración de Taylor.....                     | 21  |
| Teoría de la Administración de Smith.....                      | 22  |

|  |           |
|--|-----------|
| Teorías del Comercio .....   | 22        |
| Teoría de la ventaja Competitiva.....  | 23        |
| Teoría de las 5 fuerzas de Porter .....                                      | 23        |
| 2.2 Marco Conceptual.....  | 24        |
| Exportación .....  | 24        |
| Producción.....  | 24        |
| Proecuator.....  | 25        |
| Partida Arancelaria .....  | 25        |
| Viabilidad .....   | 25        |
| Comercialización.....  | 25        |
| Exportación Definitiva .....   | 26        |
| Asamblea Nacional.....   | 26        |
| Acuerdos Comerciales.....  | 26        |
| Regímenes Aduanero .....   | 26        |
| Mercancía Nacional.....  | 27        |
| Tributos al Comercio Exterior.....   | 27        |
| Declaración Aduanera de Exportación.....                                     | 27        |
| Zona Primaria.....   | 27        |
| Plan Nacional De Desarrollo .....  | 28        |
| Diversificar.....  | 28        |
| Oferta Exportable .....  | 28        |
| Factores Macroeconómicos .....   | 29        |
| Sostenibilidad .....   | 29        |
| 2.3 Marco Legal.....   | 29        |
| 2.3.1 Código Orgánico de la producción, comercio e Inversiones (COPCI) ..... | 29        |
| 2.3.2 Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio..... | 30        |
| 2.3.3 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021 .....              | 31        |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>   | <b>34</b> |
| <b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>                                 | <b>34</b> |
| 3.1 Metodología.....   | 34        |
| 3.2 Tipo de investigación.....   | 34        |
| 3.3 Enfoque.....   | 36        |
| 3.4 Técnica e instrumentos .....   | 37        |
| 3.5 Población .....  | 37        |
| 3.6 Muestra .....  | 38        |
| 3.7 Análisis de la entrevista .....  | 39        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.8 Conclusión de la entrevista.....                               | 40        |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b>  | <b>41</b> |
| <b>INFORME FINAL.....</b>  | <b>41</b> |
| 4.1 Análisis del potencial exportador .....                        | 41        |
| 4.2 Análisis del mercado de destino .....                          | 41        |
| 4.2.1 Visión .....   | 43        |
| 4.2.2 Misión.....  | 43        |
| 4.2.3 Ubicación.....   | 43        |
| 4.2.4 Empresa comercializadora.....                                | 44        |
| 4.3 Producto.....  | 44        |
| 4.4 Partida Arancelaria .....                                      | 45        |
| 4.5 Ingredientes .....   | 45        |
| 4.5.1 Elaboración.....   | 45        |
| 4.6 Presentación.....  | 46        |
| 4.7 Inversión Financiera .....                                     | 46        |
| 4.7.1 Inversión inicial.....                                       | 46        |
| 4.7.2 Financiamiento de la Inversión .....                         | 47        |
| 4.7.3 Costo del Proyecto.....                                      | 49        |
| Servicios prestados .....  | 49        |
| 4.7.4 Depreciación de equipos y Amortización.....                  | 49        |
| 4.7.5 Servicios Básicos, Internet y Arriendo .....                 | 49        |
| 4.7.6 Gastos de Venta.....   | 50        |
| 4.7.7 Gastos Operativos.....                                       | 51        |
| 4.7.8 Precio.....  | 52        |
| 4.8 Mercadeo Estrategia de promoción .....                         | 53        |
| 4.9 Análisis FODA .....  | 53        |
| 4.10 Comercio multilateral: Ecuador Holanda .....                  | 54        |
| 4.11 Requisitos en origen y destino Requisitos para exportar ..... | 55        |
| 4.11.1 Emisión de la firma electrónica.....                        | 55        |
| 4.11.2 Documentos para la exportación .....                        | 58        |
| 4.11.3 Incoterm a utilizar .....                                   | 58        |
| 4.12 Traslado de mercadería.....                                   | 59        |
| 4.12.1 Transporte interno .....                                    | 59        |
| 4.12.2 Envase .....  | 59        |
| 4.12.3 Empaque.....  | 59        |
| 4.12.4 Embalaje.....   | 59        |

|   |    |
|---|----|
| 4.12.5 Contenedor .....                             | 59 |
| 4.12.6 Puerto en Ecuador y puerto de Rotterdam..... | 61 |
| 4.12.7 Ruta marítima .....                          | 61 |
| 4.13 Requisitos para entrar al mercado.....         | 62 |
| SEREMI de Salud .....                               | 63 |
| CONCLUSIONES .....                                  | 64 |
| RECOMENDACIONES.....                                | 65 |
| REFERENCIAS BILIOGRAFICAS .....                     | 66 |

## INDICE DE TABLA

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 .....  | 8  |
| Tabla 2. Ficha País.....   | 17 |
| Tabla 3. Valores del Comercio exterior.....  | 19 |
| Tabla 4. Indicadores de comercio exterior.....   | 19 |
| Tabla 5. Población objetivo .....  | 37 |
| Tabla 6. Partida y subpartida arancelaria para la exportación de snack de camote ..... | 45 |
| Tabla 7. Inversión Inicial.....  | 47 |
| Tabla 8. Financiamiento de la Inversión.....   | 47 |
| Tabla 9. Servicios Básicos.....  | 50 |
| Tabla 10. Gastos de Venta.....   | 51 |
| Tabla 11. Gastos de Exportación.....   | 51 |
| Tabla 12. Precio Unitario.....   | 52 |
| Tabla 13. Análisis FODA de la microempresa productora.....                             | 53 |
| Tabla 14. Emisión de firma electrónica.....  | 55 |
| Tabla 15. Distancias y tiempo de las líneas navieras.....                              | 61 |

## INDICE DE FIGURA

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Camote .....   | 12 |
| Figura 2. Snacks papa fritas.....  | 15 |
| Figura 3. Snacks Ecuatorianos de Exportación .....   | 16 |
| Figura 4. Importaciones y Exportaciones .....  | 21 |
| Figura 5. Enfoque de la Investigación .....  | 36 |
| Figura 6. Potencial de exportación de Holanda .....  | 42 |
| Figura 7. ubicación supermercados Dirk van Broek, Dekamarkt, Coop, Lidl, Spar, Aldi, Jumbo y Albert Heijn..... | 43 |
| Figura 8. Presentación del snack de camote para exportación .....  | 46 |
| Figura 9. Relaciones comerciales internaciones con Ecuador .....   | 54 |
| Figura 10. Tarifas para emisión Security Data .....  | 57 |
| Figura 11. Incoterm FOB“Free on board” .....   | 58 |
| Figura 12. Carga contenerizada .....   | 60 |
| Figura 13. Cartón para empaque.....  | 60 |
| Figura 14. Distancia Puerto de Guayaquil al Puerto de Rotterdam .....  | 62 |

## INTRODUCCIÓN

La Investigación pretende el estudio de la viabilidad de exportación de chips de camote que siendo un producto actualmente comercializado tiene una gran acogida en el mercado holandés (Países Bajos) uno de los más grandes en consumir productos innovadores y un excelente país prospecto para dar acogida a nuestro producto.

El camote (*Ipomea batatas*) es una de las plantas comestibles más importantes en los trópicos y subtrópicos, se ha posicionado como uno de los cultivos con mayor importancia a nivel mundial debido a que requiere menos cuidado que cultivos como el maíz, este es tolerante a condiciones marginales de crecimiento y es un cultivo que proporciona una valiosa fuente betacarotenos, cantidades moderadas de zinc, hierro y vitamina A,B,C y E. el camote es el octavo cultivo más importante mundialmente después de cultivos como el trigo, bananas, maíz, arroz, yuca, tomate y papa CIP (2019)

En el capítulo I, precisa la problemática a investigar, el objetivo general y los específicos, así como la justificación del tema propuesto y la delimitación del problema. Dentro del capítulo II, se desarrollan los antecedentes del presente estudio, haciendo una revisión de tesis que se han desarrollado en el Ecuador al respecto del negocio propuesto; posteriormente se analizan las principales bases teóricas que sustentan el marco teórico y lo legal de la respectiva investigación.

## CAPITULO I

### DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Tema

Exportación de snacks de camote hacia el mercado holandés

#### 1.2 Planteamiento del Problema

En la actualidad el mercado internacional nos ha permitido obtener un incremento en el intercambio comercial el mismo que va en crecimiento con mayor facilidad a través de las fronteras, el cambio de estilo de vida ha impulsado el aumento de la producción de diversos alimentos que sean funcionales y de calidad por esta razón el intercambio entre diversos países ha representado la mejor estrategia de crecimiento económico y lo más importante el mejoramiento de la calidad de vida.

El camote es un producto agrícola que fue domesticado hace miles de años en la región de países andino (Ecuador- Perú- Bolivia- Colombia), apetecidos mayormente por los pobladores de la región costa; su extensión llega a valles interandinos cálidos de la selva amazónica. Ecuador es uno de los países beneficiados con su suelo que permite cultivarlo no sólo en la sierra sino también en la costa y el oriente. Es justamente es la provincia de Manabí donde la producción de camote es máxima,

El camote es un tubérculo que concentra altos niveles de azúcares, caroteno y provitamina A, con índices de ganancias altas a bajos costos de producción. Debido a que su cosecha es rustica ya que generalmente los cultivos se desarrollan de forma natural. Tiene

múltiples aplicaciones, en la cosecha se utiliza toda la planta sea como alimento, forraje medio propagación o como materia prima súper barata para la industria.

La acogida internacional de verduras procesadas como snacks, constituye una ventaja para el sector agrícola ecuatoriano, dando oportunidad para el crecimiento de la mano de obra, inversión e ingreso de divisas al país.

El camote de la sub partida 071420 camote, frescos, refrigerados, congelados o secos correspondiente es un cultivo que puede ser utilizado para consumo humano es una fuente saludable y barata. Una ventaja que el camote tiene sobre otros cultivos es que puede ser producido durante todo el año, por la cual siempre hay oferta del producto.

La oferta nacional en los últimos años se basaba únicamente en la producción de snacks elaborados a base de plátanos, tanto para consumo nacional como para consumo externo, ya que el banano es el principal producto de exportación del Ecuador. Sin embargo, el país cuenta con una variedad de producción de verduras y vegetales de excelente calidad, que permiten diversificar la producción, aportando a la diversificación de las variedades de snacks producidos actualmente en el mercado ecuatoriano. PROECUADOR (2014)

El término snack proviene del inglés y esto significa alimento ligero que se consume entre comidas. Los snacks son un tipo de alimento que no es considerado como uno de los alimentos principales del día (desayuno, almuerzo, comida, merienda o cena). Generalmente se utilizan para satisfacer temporalmente el hambre, proporciona una mínima cantidad de energía para el cuerpo o simplemente lo consumen por placer, comúnmente se sirven en reuniones o eventos.



Los beneficios del consumo de snacks, por supuesto siempre que la elección de los mismo sea saludable, se traducen en mayor estabilidad de las glucemias o lo que es igual, de la energía que disponemos en el organismo, así como en mejor control de las calorías ingeridas, porque al prevenir un nivel de hambre elevado, podemos consumir menores raciones de alimentos en comidas principales. TIME IS IT HEALTHY (n.d.)

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Cuál es la viabilidad de exportar chips de camote a Holanda?

### **1.4 Sistematización del Problema**

¿Cuáles serían los procedimientos para la exportación de snacks hacia el mercado holandés?

¿De qué manera se podrá ingresar el snack de camote al mercado holandés?

¿De qué manera se determinará la factibilidad de la exportación de snack de camote?

### **1.5 Objetivo General**

Analizar la viabilidad de la exportación de snacks de camote para su comercialización en Holanda.

### **1.6 Objetivos Específicos**

- Identificar la capacidad de producción de snack de camote en el Ecuador.
- Describir el mercado holandés para la determinación de los gustos y preferencias de los consumidores.
- Determinar un diseño logístico óptimo para la exportación de snack de camote.

## **1.7 Justificación**

En esta investigación, se propone aprovechar la producción de calidad de materia prima con la que cuenta el país y que ha sido exportada tradicionalmente, como es el camote, luego de que esta materia prima entre en un proceso de transformación el cual se obtiene un producto de calidad con un valor agregado, aportando de esta manera a la diversificación de las variedades de snacks producidos actualmente en el mercado ecuatoriano.

La producción y exportación de los Chips o snacks de camote en Ecuador es una actividad artesanal agrícola con poco menos de 15 años de vida, con gran futuro a nivel internacional, debido a que nuevas tendencias alimenticias están cambiando. En nuestro país, la producción del camote se distribuye de la siguiente manera, el 75% se destina para el consumo interno, un 5% tiene como destino el desperdicio ya sea por daños en los procesos de cultivos, cosechas o simplemente plagas estacionales. Un 6% se destina a la alimentación animal y un 24% como semillas para futuros cultivos. Las varias opciones del camote y entre ellas la pulpa no han podido llegar a tener mucha presencia en el mercado internacional debido a la falta de capacitación y desconocimiento de temas de exportación.

La producción de Chips de camote de exportación no es muy representativa sin embargo los planes de crecimiento de cada empresa es fortalecer la presencia de la marca de su producto en más países del Continente Europeo y de Centroamérica. Con la idea de generar el valor agregado al camote, se desarrolló la producción de snacks o chips de camote frito en aceite de oliva virgen, con procesos eficientes, personal capacitado y en adecuadas infraestructuras con tecnología avanzada, siendo responsable con las comunidades y el medio ambiente.

El chip de camote, en diferentes sabores como: naturales, limón, dulces, paprika y con su respectiva presentación. El mercado holandés ha ido en constante crecimiento debido a los consumos de snacks, ya sea como mercado final o para su distribución hacia otros países europeos debido al puerto de Rotterdam, que los convierte en el centro logístico más grande de Europa. El país se caracteriza por exportar productos tradicionales sin valor agregado por el cual el enfoque de este proyecto es realizar la exportación de productos procesados para generar el crecimiento en la balanza comercial ya que esto dejará un resultado positivo a la economía del país. Se comercializará a nivel internacional teniendo como principal el mercado holandés, ya que en este país europeo se destaca el consumo de productos saludables y nutritivos para la alimentación de sus habitantes.

Gabriela Galarza, especialista sectorial de Alimentos Procesados de Proecuador, sostiene que en el país existen 20 empresas exportadoras, que han visto una oportunidad real de negocio. No solo cuentan con materias primas de calidad, sino con una demanda internacional que crece y que se vuelve atractiva de atender. (Expresso, 2016)

El sector de snacks se trata de una industria muy joven, que en los últimos años ha venido trabajando en mayor medida aprovechando las materias primas que disponemos, como el plátano, las hortalizas, las frutas y los granos, para elaborar estos productos que en el 2015 sumaron \$ 57 millones en exportaciones y representaron cerca del 16 % de los envíos de alimentos procesados. (Expresso, 2016)

El camote también llamado batata es una planta perenne de la familia de las Convolvuláceas. Su origen no es exacto, pero se presume que es oriundo del noroeste de América del Sur, entre el norte de Perú y sur de Ecuador. Estos dos países cuentan con una

variedad de tipos de camote y condiciones de tierra óptimas para su cultivo. (Botanical-online, 2014)

El cultivo del camote a nivel nacional se ha ido incrementando debido a los beneficios que posee en su consumo y a las distintas promociones que el gobierno ha estado realizando mediante el Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria. Este cultivo no necesita de suelos muy fértiles, puede ser sembrado durante todo el año y no es muy exigente en niveles de humedad. Cabe indicar, que la mayor productora de camotes es la provincia de Manabí que cuenta con 399 hectáreas. Telégrafo (2011).

Con la realización de esta investigación se obtendrá un mayor acceso a la comercialización extranjera por medio de diferentes herramientas para empezar agregar valor agregado a los productos, ofreciendo una propuesta de exportación y expansión a nuevas rutas de mercado. Como es el Mercado Europeo que tiene como destino Holanda, con la introducción de chips de camote de diferentes sabores el cual se comercializa en diferentes sectores, como supermercados, tiendas de alimentación y servirá de conocimiento general a todas aquellas microempresas y empresas que deseen conocer acerca de los procedimientos de exportación en el país.

### **1.8 Delimitación del Problema**

Se realizará el análisis de la exportación de camote hacia el mercado holandés, a través de la evaluación de los resultados de la investigación boletines informativos de Pro Ecuador y sector agroindustrial

**Tabla 1**

*Delimitación de la investigación*

| Cam        | <b>Comercio Exterior</b>                                      |
|------------|---|
| Área       | Exportación   |
| Aspecto    | Disponibilidad de producción de snacks de camote              |
| Tema       | Exportación de snacks de camote hacia el mercado holandés     |
| Temporal   | 2021  |
| Geográfico | Guayaquil   |
| Teórico    | Política de comercio exterior del Ecuador                     |
| Práctico   | Boletines informativos de Pro Ecuador y sector agroindustrial |

*Elaborado por: Nolivos y Suarez (2022)*

### **1.9 Hipótesis**

Si se realiza un plan de negocio para la comercialización de snacks de camote; entonces se podrá determinar la viabilidad para exportarlos hacia el mercado holandés. generando innovación en la producción de snacks ecuatorianos.

### **1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad.**

Para la investigación de la viabilidad de exportación de snacks de camote, dirigido al mercado holandés, se ha aplicado la Línea 4 de investigación (Desarrollo estratégico empresarial) integrado a la línea de la Facultad para comercio exterior y negocios globales y locales (Universidad Laica Vicente Rocafuerte, 2019)

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Marco Teórico Referencial

Para la realización del presente proyecto se consideró trabajos previos relacionados al tema en desarrollo como se describe a continuación; el análisis realizado por Tóala sobre la producción de chifles que concluyó con un plan de mejoramiento para la elaboración de este producto con la finalidad de incrementar la rentabilidad de la empresa PRODUARTE, aportando con la solución a ciertos problemas internos, apuntando a su sostenibilidad a nivel social, técnico y económico con el desarrollo de un modelo operativo que permitirá fortalecer las capacidades organizativas y productivas. (Universidad Tecnológica Indoamérica, 2017)

En el estudio de Ceryn titulado “Plan de negocios de exportación de snacks a base de plátano dirigido hacia Lajeado, región sur de Brasil” en la Universidad Tecnológica Equinoccial se utilizaron diferentes técnicas y métodos de investigación, como el focus group. Se evaluaron cinco factores dentro de este proyecto como fueron: la cercanía a la planta de producción, al puerto de embarque, el costo de arriendo de la oficina, la disponibilidad de mano de obra y, por último, medios y vías de transporte. Concluyendo que el proyecto es técnicamente factible y económicamente rentable; por lo que recomienda tener los permisos y certificaciones tanto nacionales como internacionales.

Tema “Exportación de chifles con sabor a camarón al mercado de Shanghái”

Autor: Ligia Nathalia Montesdiocia Ormaza en el año 2013, como objetivo general tiene la factibilidad de la exportación de chifles ecuatorianos con sabor a camarón para mercados

asiáticos, donde se inició a relaciones comerciales productivas basadas en un producto nuevo, diferenciado y no tradicional, en la Universidad Internacional de Ecuador. UIDE

Según el estudio realizado por Cedeño y Martínez en su plan de exportación definieron procesos comerciales, logísticos y financieros, demostrando el potencial que poseen los snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano para ser comercializados en la ciudad de Montreal - Canadá. Para su desarrollo utilizaron un enfoque cualitativa; porque aplicaron encuestas directamente a importadores canadienses que serían sus posibles socios comerciales en el exterior. (ULVR, 2016) Además, adquirieron diferentes snacks que ya se comercializan en el mercado canadiense demostrando que el producto sería aceptado por el público seleccionado. En conclusión, se determinó que el mercado estudiado (Montreal - Canadá), es exigente y demanda productos saludables y naturales.

Duque realizó un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de snacks de banano, para lo cual fue necesario realizar los siguientes estudios: de mercado, para conocer cuáles son las características de los consumidores empleando el método exploratorio, descriptivo y bibliográfico, en donde por medio de la observación se pudo captar la percepción directa del producto, logrando así conocer de primera mano cómo se realiza el proceso. Dentro de las principales recomendaciones se mencionan la contratación de personal profesional en el ámbito de negociaciones internacionales, así como de procesos logísticos de comercio exterior. ESPE (2013)

Según el trabajo realizada por Cedeño y Maldonado acerca de la exportación de la yuca en snack al mercado mexicano, en la Universidad Tecnológica Equinoccial, señalaron que el país tiene un importante potencial para producir una amplia gama de productos por sus condiciones

favorables de clima y geografía; por lo que, concluye que estos deben ser explotados en el comercio exterior. Además, recomiendan aplicar estrategias que permitan llegar a acuerdos con los productores y con los importadores para garantizar el abastecimiento del producto y las ventas.

Elizalde y Jiménez en su proyecto sobre la producción y exportación de snacks de plátano hacia el mercado de América del norte, en la Universidad de Machala señalaron que esta es una oportunidad para atender a la demanda de un nicho insatisfecho, pues las tendencias alimenticias en Canadá se orientan al consumo de este tipo de alimentos por lo que su aplicación e implementación es viable. UTMACH (2016)

Andrade Méndez (2016) en su proyecto para exportar chifles producidos por la empresa Patayuc S. A hacia Alemania aplicó una investigación descriptiva y bibliográfica, para desarrollar un plan que les permita apertura a nuevos mercados y dar a conocer las ventajas del producto considerando las características y hábitos de consumo de 10 mercados meta. Como recomendación se tiene la elaboración de estrategias de promoción, estableciendo conversaciones con los potenciales clientes y asegurándose idóneamente con la Cámara de Comercio.

Como conclusión luego de las revisiones de estas propuestas se puede decir que normalmente se aplican metodologías básicas, teniendo como herramienta de investigación la entrevistas y las encuestas realizadas al mercado exterior. Sin embargo, para facilitar el proceso de toma de decisiones de los exportadores, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR desarrolla de manera anual fichas de inteligencia comercial y estudios de mercado que serán claves para conocer el mercado holandés.



### 2.1.1 El camote

El camote (*Ipomea batatas*) se origina en las costas y zona amazónica del Perú, es una de los ochos especies de la sección *Batatas* nativa que abarca desde México hasta el centro de Sudamérica. En el Ecuador era consumido principalmente por la Cultura Valdivia y durante la época colonial se convirtió en uno de los productos más apetecidos por la población, existen varias teorías sobre el área geográfica de su domesticación, algunos investigadores defienden el origen mesoamericano y otros el polinesio. (INIAP, 2019)



**Figura 1.** Camote

**Fuente:** (el Horizonte , 2015)

El Ecuador por su posición geográfica sobre la línea ecuatorial goza de toda clase de climas, lo que le permite tener diversidad de cultivos, siendo el camote (*Ipomea batatas*) uno de los cultivos no tradicionales explotados en la sierra, costa y oriente.

El camote es el sexto cultivo alimentario más importante del mundo, luego del arroz, el trigo, la papa, el maíz y la yuca. Pero en los países en desarrollo es el quinto cultivo alimentario más importante. Cada año se producen más de 105 millones de toneladas métricas en el mundo,

95% de las cuales crecen en los países en desarrollo. Una de sus formas es el camote morado que no requiere un cuidado especial en su cultivo, por ser una planta herbácea rastrera, cuyo sabor es dulce. En el Ecuador, se producen en los climas calientes subtropicales y templados interandinos; de ellos se extraen otros productos como el almidón, alcohol, los chifles, la harina, entre otros. Servicio Meteorológico (2012).

Para el 2015 se registraron unas 2.385 hectáreas cultivadas de camote en nueve provincias con zonas tropicales y subtropicales, como Manabí, Loja, Azuay, Morona Santiago, Pichincha, Carchi, Imbabura, Pastaza y Guayas. (Diario la Hora , 2015).

### **2.1.2 Producto local de camote en bruto**

Se ha determinado como principal productor de camote para la exportación, a los sectores de Portoviejo, Rocafuerte, Chone etc., ubicado en la provincia de Manabí, la razón se sustenta en que en este lugar existe la mayor producción de camote, gracias a su clima lo cual permite obtener un producto bueno y de calidad, además existen pequeñas sociedades u organizaciones que comercializan el camote especialmente en el mercado local y en varias presentaciones agregándole un plus a este producto transformándolo en snacks.

Es importante mencionar que en la ciudad de Portoviejo mediante proyectos se ha buscado impulsar en mayor cantidad el cultivo del camote en este sector. Para esto se ha contado con la ayuda de instituciones como el INIAP (Instituto de Investigaciones Agropecuarias), y así poder brindar algunas herramientas que faciliten la creación de nuevas oportunidades de negocio y en este caso de la comercialización del camote en el mercado internacional.

### **2.1.3 Los snacks**

El sector de snacks ecuatorianos, usa como insumos una gran variedad de productos, entre ellos plátano, papas andinas, yucas, camote, malanga hasta mezclas de varias hortalizas (zanahoria, remolacha) que cada vez van ganando mayor reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional. La materia prima utilizada en esta industria son productos de alta calidad dada que la ubicación estratégica y condiciones climatológicas del país lo que se convertiría en una ventaja para el país. PROECUADOR (2015)

El término snack proviene de inglés que se traduce como alimento ligero. Por lo que se le denomina snack a todo tipo de alimentos empaquetados, es muy consumido entre otras para satisfacer de manera temporal las necesidades de alimentación de una persona con una determinada cantidad de energía o calorías.

En los Estados Unidos, se inyectan miles de millones de dólares al año por la venta de estos productos, por lo que muchas industrias han empezado a desarrollar diferentes marcas, sabores y formas. Los snacks son un tipo de alimento considerados aperitivos, siendo una comida ligera que se consume entre comidas; estos aperitivos son elaborados con algunos tubérculos y cereales: plátano, patatas, maíz, soya, zanahoria, camote entre otros. (Marutto Gourmet & Eventos (2015)

Su consumo mundial, es un negocio interesante pues crece constantemente. Actualmente, la demanda del mercado exige la producción de snacks basados en productos más saludables. De esta manera logró crecer en 2015 en un 2,5% siendo los snacks salados los que tienen las cifras más elevadas Green (2016)

En Ecuador la producción de snacks salados es de preferencia por los consumidores, utilizando la sal de Himalaya siendo una importante alternativa para reemplazar la sal común, esto se considera que es un producto rico en magnesio, calcio, potasio y hierro. Libre de grasas, colesterol y gluten. PROECUADOR (2021)

El primer snack producido y de mayor consumo a nivel mundial fueron las papas fritas, popularizaron en Francia en los 1700s.



**Figura 2.** Snacks papa fritas

**Fuente:** (Crum, 2020)

#### **2.1.4 Compañías Ecuatorianas Productoras de Snacks**

Las principales empresas ecuatorianas que ofertan sean en el mercado nacional como internacional son:

- Ponterfoods
- Delencanto
- The Exotic Blends-Samai S.A.
- Ecofrut S.A
- República del Plátano EXPORTPLANTAIN S.A
- Industrias Alimenticias Ecuatorianas S.A INLECSA.

- Industrias de Alimento Procesados INALPROCES S.A
- Procesadora de Alimentos KUCKER
- Productos Alimenticios Ecuatorianos PRODALECCIA Ltda.
- Artesanía Agrícola ARTEAGRICOLA Ltda.
- Agrícola MONTEBELLO S.A PROECUADOR 2015

A continuación, se muestran productos de las diferentes empresas exportadoras en Ecuador detalladas anteriormente.



**Figura 3.** Snacks Ecuatorianos de Exportación

**Fuente:** (revista lideres , 2017)

### 2.1.5 Mercado de destino

#### La Economía Holandesa

Holanda es un país muy atractivo para hacer negocios, ya que proporciona una ubicación estratégica, tanto para las empresas locales como extranjeras, para servir a los mercados dentro

de Europa, Oriente Medio y África. Como su posición geográfica central y la infraestructura bien organizada holandesa por estas razones muchas empresas extranjeras han establecido negocios.

Tabla 2. Ficha País

|   |  |
|---|--|
| <b>Jefe de Estado</b>                             | <b>Mariano Rajoy</b>   |
| Forma de Gobierno                                 | Monarquía constitucional/ democracia Parlamentaria                   |
| Capital   | Amsterdam  |
| Sede de Gobierno                                  | La Haya  |
| Superficie  | 41,543 km <sup>2</sup> / 16,039 mi <sup>2</sup>                      |
| Ubicación   | Europa Occidental, el Mar del Norte, frontera con Bélgica y Alemania |
| Población   | 17,482,214 (agosto 2021)   |
| Idiomas   | Holandés y frisón (solo en la provincia de Frisa)                    |
| Inflación   | 2.13% (Julio2021)  |
| Tasa de desempleo                                 | 3.2% (junio 2021)  |
| Los destinos más importantes de las exportaciones | Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Rusia, USA                  |

**Fuente:** (Santander, 2021)

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

## **Comercio Holandés**

Siendo uno de los países más atractivos a la hora de hacer negocios es la sexta potencia económica en la Eurozona y el quinto mayor exportador de bienes. Este país está abierto al comercio exterior sea exportaciones e importaciones de bienes y servicios. En el 2018 representó el 161% del PIB en Holanda, frente al 50% en Alemania Coface for Trade (2021). Con los puertos marítimos de Rotterdam, Ámsterdam, Terneuzen y sus numerosos aeropuertos internacionales. Holanda está muy provista ya que constituye una plataforma logística imprescindible en el corazón de Europa. Esto produjo que las exportaciones holandesas se desarrollen a tasas de crecimiento interanuales relativamente elevadas en comparación a otros países. Esto se debe a que los precios del petróleo se mantienen a un nivel alto debido al petróleo bruto y el gas que representan una parte importante de las exportaciones producidas en el país.

En los últimos años la recuperación en Europa ha permitido que la economía de Holanda crezca muy rápido. Los países bajos se vieron duramente afectados debido a la crisis del COVID-19, con una baja estimada de las exportaciones del 9,8% en el 2020. Mientras que las importaciones cayeron en 9% esto provocó que la economía holandesa se redujera a un 5,4% del PIB en el 2020 Santander Trade (2021). Los servicios y el turismo se vieron duramente afectados, mientras que a finales de año las manufacturas y el gasto en consumo registraron una inflación parcial.

El país tiene una balanza comercial estructurada positiva para bienes y servicios, esto se posicionó en torno a 10,7% del PIB en el 2019, según el Banco Mundial. En el mismo año las exportaciones de bienes se registraron con un total de 709.400 millones USD. Las exportaciones

siguieron una tendencia similar registrando un total de 635.400 millones USD (-1,6%), mientras que la exportación de servicios comerciales fue de 262.100 millones USD (+6,4%) y las importaciones de 246.100 millones USD (+0,6).

Tabla 3. Valores del Comercio exterior

| <b>Valores del comercio exterior</b>         | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Importaciones de bienes (millones de USD)    | 505.80<br>6 | 503.41<br>4 | 574.64<br>6 | 645.50<br>2 | 635.49<br>0 |
| Exportaciones de bienes (millones de USD)    | 567.21<br>7 | 569.70<br>5 | 652.06<br>5 | 726.69<br>7 | 709.40<br>0 |
| Importaciones de servicios (millones de USD) | 157.11<br>6 | 169.45<br>8 | 206.13<br>7 | 244.58<br>7 | 246.14<br>5 |
| Exportaciones de servicios (millones de USD) | 178.06<br>8 | 179.77<br>6 | 215.81<br>4 | 246.33<br>6 | 262.13<br>9 |

*Fuente:* (Organización Mundial del Comercio, 2020)

Tabla 4. Indicadores de comercio exterior

| <b>Indicadores de comercio exterior</b>                      | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Comercio exterior (en % del PIB)                             | 148,9       | 156         | 158,8       | 156,2       | 147,1       |
| Balanza comercial (millones de USD)                          | 72.645      | 81.226      | 84.601      | 76.358      | 79.749      |
| balanza comercial (incluyendo servicios) (millones de USD)   | 79.957      | 89.578      | 96.359      | 94.590      | 97.120      |
| Importaciones de bienes y servicios (crecimiento anual en %) | -2          | 6,2         | 4,7         | 3,2         | -4,3        |
| Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)   | 1,7         | 6,5         | 4,3         | 2,7         | -4,3        |
| Importaciones de bienes y servicios (en % del PIB)           | 69,3        | 72,6        | 74,1        | 72,9        | 68,3        |
| Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)             | 79,5        | 83,4        | 84,7        | 83,3        | 78,9        |

*Fuente:* (Organización Mundial del Comercio, 2020)



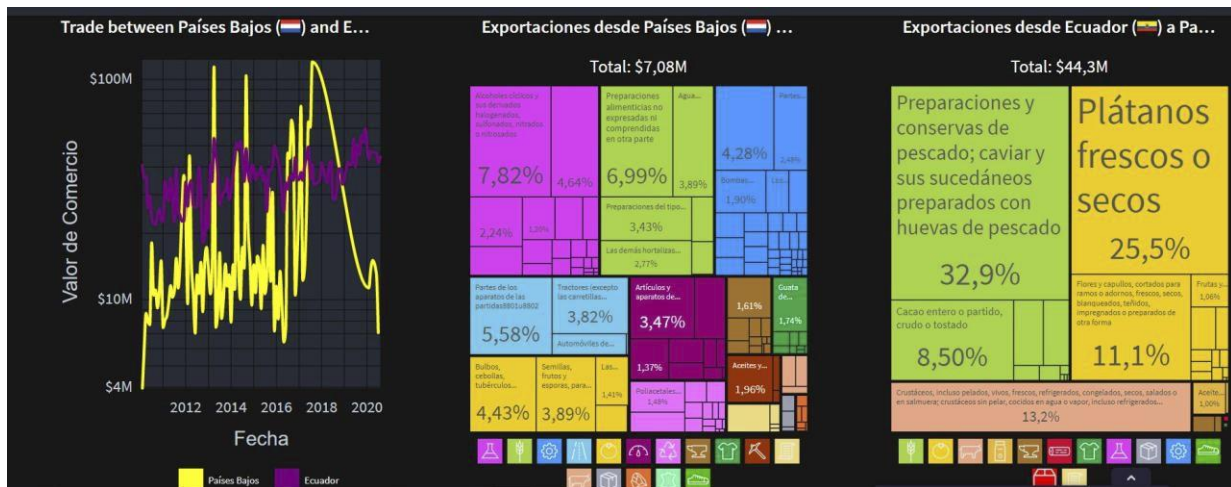
El país tiene unos indicadores en el 2020 buenas recordando la crisis del COVID-19 que afectó a todo el mundo podemos observar que hubo pérdidas, pero así mismo la balanza comercial incluyendo los servicios un total de 97.120 millones USD.

### **El comercio entre Ecuador y Holanda**

Ecuador comenzó su relación con los Países bajos siendo uno de los diez primeros socios comerciales en el año 2007 aunque no fue muy buena el año 2010 hubo una ligera recuperación, Ecuador exporta cerca de una docena productos como la maracuyá, cacao, flores sean frescas o secas, camarón, banano, aceite de palma, atún, café, crustáceos, coliflor y brócoli estas fueron las primeras importaciones que se realizaron, con el pasar del tiempo existe producto no tradicional que está en plan de exportación que es el jengibre en el 2020-2021 hacia Holanda. El productor (2021).

En el 2019 Países Bajo exportó \$354 mil a Ecuador los productos fueron aceites y demás productos para la destilación, productos análogos en los que los constituyentes aromáticos predominen en peso sobre los no aromáticos en total \$123 mil, aceite de petróleo o minerales bituminosos con una totalidad de \$ 65,7 mil. Durante las últimas décadas las exportaciones de Países Bajos a Ecuador han tenido un incremento a una tasa anual de 8,48% desde \$50,2 mil en el 1995 a \$354 mil en el año 2019 OEC (2021).

En el año 2019 Ecuador exportó \$527mil a Países Bajos, como productos exportados son la preparación y conservas de pescado es decir caviar y sus sucedáneos preparados con huevos de pescado con un total de \$155mil, bananas incluidos los plátanos sean frescos o secos una totalidad de \$141mil, y el cacao en grano entero o partido un total de \$103 mil.



**Figura 4.** Importaciones y Exportaciones

**Fuente:** (observatorio de complejidad economica OEC, 2020)

## 2.1.6 Fundamentación Teórica

### Teorías de la Administración

Se revisan las de Taylor y Smith como siguen:

#### Teoría de la administración de Taylor

Taylor estableció cuatro principios en los cuales se basa la administración empresarial, en donde:

- ✓ La planeación: consiste en sustituir la improvisación de las actividades, por procesos y procedimientos que ayuden a mantener un orden en el desarrollo de las funciones del personal.
- ✓ La preparación: es la selección, entrenamiento y desarrollo que debe tener cada miembro del equipo de trabajo.
- ✓ El control: es la supervisión para asegurar la ejecución de las actividades según las normas previstas por la alta dirección de la organización.

✓ La ejecución: es la división del trabajo de acuerdo a los mandos jerárquicos establecidos.

A través del análisis es posible organizar apropiadamente las tareas a fin de optimizar los procesos y la gestión de la empresa Frederick, (1911). Esta teoría permite dejar lo empírico y hacer énfasis en desarrollar métodos sujetos a comprobación que ayuden a realizar las tareas de manera sistematizada permitiendo un mejor control y seguimiento de las mismas para optimizar los recursos de la organización para agilizar el trabajo y aumentar la productividad.

### **Teoría de la Administración de Smith**

De acuerdo a la teoría de Smith indico que la administración se basa principalmente en la división del trabajo esto consiste en la separación de las funciones de toda la organización. La teoría señala que se puede llegar a la eficiencia a través de la división del trabajo, diferenciando la utilidad de la cantidad y agregando valor a sus actividades.

Dicha teoría es una muestra de que el proceso productivo debe ser separado de los demás procedimientos para asignar costos a cada una de dichas etapas. De esta manera, la división del trabajo destaca que es la clave para distribuir de mejor manera las actividades en la organización y que estas puedan ser controladas.

### **Teorías del Comercio**

Krugman y Obstfeld 2006 la teoría del comercio internacional se basa en que los países buscan de manera constante mejorar sus economías, esto implica vender productos a otras naciones para impulsar sus sistemas de producción interna; por ello, buscan acuerdos comerciales que faciliten la introducción en otros mercados que no sean los suyos. Esta es una forma de incrementar su producto interno y tener una mejor calidad de vida de los ciudadanos.

Se ha podido establecer que la teoría del comercio ha evolucionado constantemente, producto de la globalización impactado por la situación financiera, política y económica del país Krugman (2006)

### **Teoría de la ventaja Competitiva**

Michael Porter 1985 teoría de la ventaja competitiva establece que existen tres maneras principales de posicionarse en el mercado por encima de los competidores, son los precios bajos, por diferenciación y por enfoque, es decir que el valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de ese valor a nivel superior se debe a la capacidad que ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o pueden beneficiar en el mercado donde pueden compensar los precios elevados. Michael Porter (2021)

### **Teoría de las 5 fuerzas de Porter**

De acuerdo a Porter sobre las cinco fuerzas esto permite desarrollar las estrategias de negocios, especialmente de diferenciación, al poder de analizar el nivel de competencia de nuestra organización dentro del sector al que se pertenece como:

- Poder de negociación del cliente
- Poder de negociación del proveedor
- Amenaza de nuevos competidores
- Amenaza de productos o servicios sustitutos
- Rivalidad entre competidores existentes

Todas ellas están relacionadas entre sí. Las primeras cuatro fuerzas afectan de manera notable a la última, por lo que se considera que es esta la más poderosa de todas. Porter nos enseña a estar siempre alerta sobre lo que sucede en el mercado y poder reaccionar de manera adecuada a lo que haga la competencia. Cámara de Comercio Oruro (2021)

## **2.2 Marco Conceptual**

### **Snacks**

Son aperitivos como patatas fritas, o algún tipo de alimento de paquete, frutos secos, bocaditos de algo, incluso canapés o las tapas, y no son considerados como unas de las comidas principales del día. Tienen nombres diferentes según el país. (Industrial, 2015)

### **Exportación**

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente. SENA (2015)

### **Producción**

La producción se refiere a la utilización de recursos para la elaboración o fabricación de un producto. También podemos decir que es el conjunto de productos que da la tierra o se produce en las diferentes industrias. Larousse Editorial (2007)

## **Oferta**

La oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender. Ley de la oferta establece que existe una relación directa entre la variación en la cantidad ofrecida, frente a la modificación en el precio. Mankiw (2012)

## **Proecuator**

Es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PROECUADOR, Instituto de Promoción de Exportación e Inversiones (2015)

## **Partida Arancelaria**

Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos. SENA (2015)

## **Viabilidad**

Es la opción de que un proyecto se pueda llevar a cabo, con una cierta continuidad en el tiempo. Para ello debe tenerse en cuenta los recursos que precisa, los que tiene y la capacidad para obtenerlos. En el caso de que cuente con los suficientes medios para ejecutar la idea empresarial, se podría decir que el proyecto es viable.

## **Comercialización**

Se entiende por comercialización, al conjunto de acciones efectuadas para llevar a cabo la venta o comercialización de un producto, bien o servicio. El fin que tiene la comercialización es:

comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar, financiar, correr riesgos y lograr información respecto al mercado. Rivadeneira (2012)

### **Exportación Definitiva**

Permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo definitivo en el exterior. La exportación definitiva no afecta a ningún tributo. Manual de Comercio Exterior (2018)

### **COPCI**

El presente código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Ochoa (2014)

### **Asamblea Nacional**

La Asamblea Nacional del Ecuador existe un órgano u organismo que se encarga de administrar y desarrollar el poder legislativo para el debido cumplimiento de la Constitución, siendo la misma la ley principal de cada país en todo el mundo. Asamblea Nacional del Ecuador: Autoridades, Estructura, Funciones (s.f.)

### **Acuerdos Comerciales**

Es un convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, Se conoce también como pacto comercial esto quiere decir que es un tratado amplio de impuestos, aranceles y comercio que a menudo incluye garantías de inversión Krugman (2008)

### **Regímenes Aduanero**

Son un conjunto de operaciones orientadas a dar un destino aduanero específico a una mercancía, en base a la declaración que el declarante presente de acuerdo a la legislación

aduanera vigente. Los regímenes aduaneros se clasifican en importación, exportación y de excepción (Servicio Nacional de Aduana, 2020)

### **Mercancía Nacional**

Es la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas. IPLACEX Tecnológico Nacional (s.f.)

### **Tributos al Comercio Exterior**

Son impuestos, aranceles o tasas exigibles a favor del sujeto activo que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación en territorio nacional SETEC (2021)

### **Declaración Aduanera de Exportación**

El propietario, consignatario o consignante o a través de un agente aduanero, presenta en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías con destino al extranjero, el que solicita el régimen aduanero al que se someterá. En las exportaciones, la declaración se presenta en la aduana de salida, esto tiene que ser siete días o hasta 15 días hábiles siguientes al ingreso de las mercaderías a zona primaria aduanera. Código Orgánico de la Producción, comercio e Inversiones (2010)

### **SENAE**

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador entidad pública que presta servicios el cual recibe las importaciones y exportaciones de atención para los operadores de comercio exterior y usuarios en general que hacen uso del sistema informático ECUAPASS y otros servicios. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (s.f.)

### **Zona Primaria**



Las zonas primarias aduaneras son aquellos lugares por los cuales la dirección de impuestos y aduanas Nacionales permite el ingreso y salida de mercancías bajo control aduanero del territorio aduanero nacional legiscomex (2021)

### **Aforo**

Es el acto administrativo de determinación tributaria a cargo de la administración aduanera y esto consiste en la verificación sea física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria. Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones (2010)

### **Plan Nacional De Desarrollo**

Es un instrumento utilizado por el gobierno, para el diálogo político y social. Este plan coordina las relaciones del Estado Central con organismos descentralizados. Según las pautas de este proyecto, funcionarían las políticas, proyectos y programas del país. También se hará uso del presupuesto nacional y se organizan los recursos públicos e inversiones de Estado. UIDE (2021)

### **Diversificar**

Es producir y ofrecer productos nuevos con alto valor agregado que no estén sujetos a los vaivenes de los precios internacionales de los productos primarios. La importancia de cambiar el mediano plazo la matriz productiva del país para aprovechar las ventajas competitivas y comparativas que tiene el país para desarrollar un modelo sustentable que se asiente en un dinámico y diversificado sector de exportación (Gallardo, 2012)

### **Oferta Exportable**

Se lo denomina al producto competitivo que cumple con estándares de calidad, precio y ventajas competitivas y capacidad de producción, entrega a tiempo y flexibilidad para cumplir con los términos de su contrato de exportación. Axel (2017)

## **Factores Macroeconómicos**

Son eventos o situaciones que afectan a la economía a un nivel más amplio e influyen en el resultado económico de grandes grupos de personas a nivel nacional o regional. Incluyen aspectos como las tasas de inflación, los niveles de desempeño, la tasa de interés, tasa de consumo de los consumidores, el Producto Interno Bruto (PIB), los niveles de renta y de los precios nacionales. Ramírez (2021)

## **Sostenibilidad**

La sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y bienestar social. SYGRIS (2019)

## **2.3 Marco Legal**

### **2.3.1 Código Orgánico de la producción, comercio e Inversiones (COPCI)**

En el año 2010 la Asamblea Nacional del Ecuador acorde a sus competencias y atribuciones expidió el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), el mismo que en el libro IV se refiere al Comercio Exterior, sus Órganos de Control e Instrumentos. En el artículo 93 señala que el estado fomentará la producción a las exportaciones, promoviendo a través de accesos a preferencia arancelaria, acuerdos comerciales, devoluciones de impuestos, regímenes especiales entre otros Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010).

En libro V que trata sobre la competitividad facilitan aduanera; como expone el título II, capítulo VII, sección II relacionado a los regímenes de exportación;

“Art. 154.- Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una

Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010). En la sección III explica sobre los otros regímenes aduaneros:

“Art. 158.- Almacenes Libres. - El almacén libre es el régimen liberatorio que permite el almacenamiento y venta de mercancías nacionales o extranjeras a pasajeros que salgan del país o que ingresen del extranjero, en puertos y aeropuertos internacionales, sin el pago de tributos al comercio exterior. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010).

### **2.3.2 Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio**

En el reglamento del COPCI en su artículo 63 detalla la declaración aduanera, indica que esa será presentada de manera física o electrónica acorde lo establezca la SENAE, a la misma deben adjuntarse sus documentos de acompañamiento de la exportación o importación. Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (2011).

En el artículo 66 trata sobre los plazos de presentación de la declaración, en el caso de las exportaciones, que puede realizarse hasta 24 horas antes de que ingresen las mercancías a zona primaria, teniendo que presentar la documentación completa hasta 30 días después del embarque, cuando se traslada vía aérea y son productos perecibles se pueden presentar una solo declaración para algunos embarques que se pueden dirigir a un solo destino. Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (2011)

En la sección II que analiza los documentos que acompañan a la declaración aduanera; el artículo 72 establece que son aquellos documentos de soporte que se tramitan y aprueban antes del embarque de los productos. Se deben presentar ya sea de forma física o electrónica, junto con

la Declaración Aduanera (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2011)

El artículo 73 establece que tales documentos son la base de información de la Declaración Aduanera y deben reposar en el archivo de quien declara o su respectivo Agente de Aduanas. Estos documentos son: documentos de transporte, factura, control aduanero, certificado de origen, otros que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador considere Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2011).

La sección III sobre las modalidades de despacho, en su artículo 78 de las modalidades de aforo se señala que para despachar las mercancías se debe utilizar el aforo, ya sea, automático, electrónico, documental o físico (intrusivo o no intrusivo) (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2011)

En el artículo 79 trata sobre las normas de aforo, con lo que dispone este según la naturaleza del producto, su grado de elaboración y otros como la clasificación arancelaria. Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2011).

En el artículo 80 y 81 corresponde a los canales de aforo automático y electrónico respectivamente; mientras que el artículo 82 y 83 se basa en el aforo documental y físico (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones., 2011).

### **2.3.3 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021**

El Plan Nacional de Desarrollo es elaborado por la secretaría nacional de Planificación y Desarrollo (2017) y se orienta al cumplimiento de las políticas públicas a través de la creación de mecanismo que promocionen la producción nacional.

El objetivo 4 de este plan establece que se busca diversificar y amplificar la oferta exportable abriendo el país a nuevos mercados, aprovechando la atracción de inversiones; pues, es necesario que los ecuatorianos cuenten con un sistema económico accesible en donde puedan convertirse en actores en el proceso de generación de la riqueza.

Otro punto muy importante, es el tema del fortalecimiento de la dolarización, que ha estabilizado los factores macroeconómicos y el continuo crecimiento de la economía local permitiendo crear más plazas de trabajo, rentas y exportaciones. Esto permite reducir las brechas sociales; generando oportunidades sostenibles y cimentando bases sólidas para el país. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2017-2021).

Cabe enfatizar que el sistema económico ecuatoriano debe definir mecanismo que garantice el funcionamiento apropiado del sistema monetario y financiero a través de normas, asegurando el acceso a créditos y servicios financieros a toda la población en general. De la misma forma, contar con un personal participativo, capacitado y con acceso a la información, dan pie a las oportunidades para distribuir la riqueza y medios de producción.

En el eje 2 económico del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 destacamos en el objetivo 5 impulsar un sistema económico con reglas claras que fomenten el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y la modernización el sistema financiero, refiriéndose al comercio exterior fortaleciendo los vínculos comerciales con el mundo que permitan el libre comercio y la eficiencia de su gestión, con la concreción de acuerdos comerciales, de cooperación social y científica. Plan Nacional de Desarrollo (2021-2025).

Otro objetivo importante es el 6 establece que se necesita aprovechar de manera eficiente la riqueza natural del Ecuador, garantizando la sostenibilidad y protección del medio ambiente,

innovando los procesos de producción, extracción y comercialización de los recursos naturales renovables y no renovables y sus derivados, para mejorar los ingresos del Estado y dirigidos a áreas prioritarias como educación, salud y seguridad. Plan Nacional de Desarrollo (2021-2025).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Metodología

La investigación representa la búsqueda y el descubrimiento de información, para esto se utilizan medios científicos que hace entender de manera ordenada los objetivos de la investigación y esto permitirá plantear alternativas para la solución del problema planteado inicialmente, Behan R, Introducción a la Metodología de la Investigación. Edición: A. Rubeira (2008)

“La investigaciyn nos ayuda a entender y mejorar el estudio, es decir, nos permite establecer contacto con la realidad a fin de que la podamos conocer. Establece un estímulo para la actividad intelectual creadora. Ayuda a desarrollar una curiosidad acerca de las soluciones de problemas que se presente, incluso esto contribuye y ayuda al progreso de la lectura crítica”.

#### 3.2 Tipo de investigación

De acuerdo al nivel de estudio la presente investigación reúne las características de tipo exploratoria/descriptiva.

**Investigatoria Exploratoria:** Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada, es decir, encontrar los procedimientos adecuados para la elaboración de una investigación posterior. Es muy útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir las líneas de investigación y así proceder a su consecuente comprobación. Behan R, Introducción a la Metodología de la Investigación. Edición: A. Rubeira (2008)

Es exploratoria porque se pueden recolectar datos e información que demuestran la oportunidad de poder comercializar este producto en el mercado holandés y a su vez aumentar la producción nacional del snack de camote aprovechando los gustos, preferencias y hábitos alimenticios de los consumidores.

**Investigación Descriptiva:** mediante esta investigación, que utiliza el método de análisis, se logra identificar las características objeto de estudio o situación, señala las características y propiedades. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir como base para la investigación que requiere un mayor nivel de profundidad. El objetivo es describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, identificar aspectos relevantes de la realidad. Pueden usar técnicas cuantitativas (test, encuesta, muestra...) o cualitativas (estudios etnográficos). Behan R (2008)

En la fase descriptiva del proyecto se ha decidido trabajar con la siguiente información:

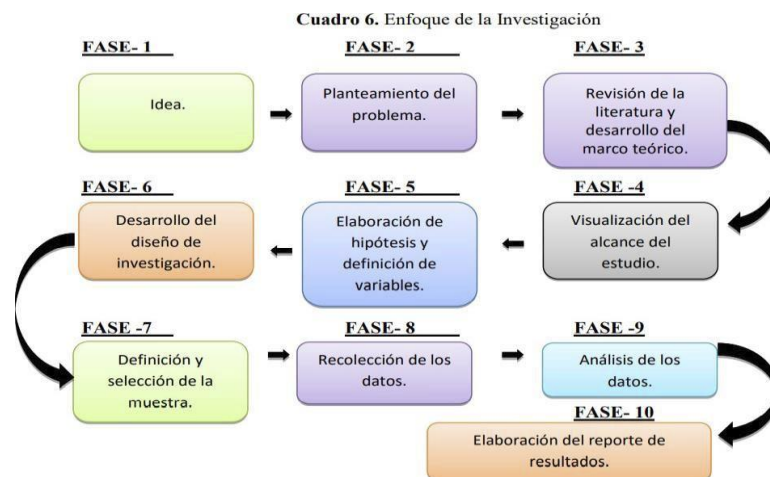
✓ Proporcionada entrevista que se realiza a empresas holandesas para determinar la posibilidad de exportar el producto al mercado seleccionado, información sobre las características que debe tener el producto, el procedimiento a realizar el snack, término de negociación y mercados potenciales.

✓ Según los medios utilizados para obtener estos datos, esta investigación es descriptiva debido a que se aplican entrevistas a los supermercados de snacks, quienes serán los posibles exportadores en el exterior.



### 3.3 Enfoque

El enfoque cualitativo es secuencial y probatorio, es decir, que cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” el orden es riguroso, aunque, desde luego, se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la hipótesis, tal como se muestra en el cuadro N1. (Hernandez Sampieri, 2010)



**Figura 5.** Enfoque de la Investigación

*Fuente:* (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 2010, p. 4)

Para el desarrollo de la presente investigación se concluyó que el enfoque más adecuado a utilizar es el enfoque cualitativa, es decir el que permite examinar datos de una forma más

numérica utilizando herramientas estadísticas para recolectar y analizar la información que dan respuesta a las preguntas de esta investigación para que se cumpla con lo que se quiere dar a conocer y demostrar.

### 3.4 Técnica e instrumentos

Con el fin de poder obtener información verídica que responda a las preguntas de investigación del problema planteado, la técnica que se utiliza en el trabajo fue la entrevista, la misma que están dirigidas a dirigentes de supermercados holandeses vinculadas con la venta de todo tipo de snacks, con información exacta que se necesita conocer.

### 3.5 Población

La población seleccionada fueron 8 supermercados de alimentos de Holanda, como se detalla en la tabla que sigue:

Tabla 5. Población objetivo

| <b>Nombre Supermercado</b> | <b>Dirección</b>   | <b>Correo</b>  | <b>Teléfono</b>    |
|----------------------------|--|--|--------------------|
| Dirk Van Den Broek         | Beijerlandse Passage 7 3074<br>RW Róterdam Holanda                             | <a href="mailto:info@Dirk.nl">info@Dirk.nl</a>                     | +31 88 313<br>4625 |
| DekaMarkt                  | Olieweg 6 1951 NH<br>Velsen-Noord  | <a href="mailto:info@DekaMarkt.nl">info@DekaMarkt.nl</a>           | +31 251276666      |
| COOP                       | Pleinweg 156-172 3083 ER<br>Rotterdam Netherlands                              | <a href="mailto:info@coopsupermarkt.nl">info@coopsupermarkt.nl</a> | 0104813377         |
| Lidl                       | Lange Hilleweg 103<br>3073BK Rotterdam<br>Zuid-Holland -<br>NetherlandsMostrar | <a href="mailto:info@lidl.nl">info@lidl.nl</a>                     | 010 5435463        |

|              |   |  |                    |
|--------------|---|--|--------------------|
| SPAR         | Steve Bikoplaats 14-20,<br>3065 EE in Rotterdam.    | <a href="mailto:sparcityglashaven@despar.info">sparcityglashaven@despar.info</a>     | +31 20 626<br>6749 |
| ALDI         | Argonautenweg 14 3054<br>RP Róterdam Holanda        | <a href="mailto:info@aladi.nl">info@aladi.nl</a>                                     | 0105583800         |
| Jumbo        | <u>Botersloot 13-19 3011</u><br><u>HE Rotterdam</u> | <a href="mailto:info@Jumborotterdambotersloo.nl">info@Jumborotterdambotersloo.nl</a> | 0104443410         |
| Albert Heijn | Nieuwe Binnenweg 288 B,<br>Rotterdam                | <a href="mailto:info@heijnsupermarketen.nl">info@heijnsupermarketen.nl</a>           | 010 411 8686       |

**Fuente:** (Holanda Noticias , 2021)

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

### 3.6 Muestra

Cuando no se tiene acceso a toda la población, es necesario realizar el cálculo de muestra. Hernandez (2014) en este caso se ha considerado la muestra donde seleccionó algunos supermercados, a continuación, se encuentran una lista detallada con los datos de la población donde brinda su información y opiniones acerca del producto, y su percepción para la realizar la exportación al mercado holandés.

### 3.7 Análisis de la entrevista



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**EXPORTACIÓN DE SNACKS DE CAMOTE HACIA EL MERCADO HOLANDES**

**Datos de entrevistado Supermercado:** Coop- Holanda

**Nombre:** Manfred Boer

**Cargo:** Asistente Ejecutivo

**Fecha de entrevista:** 09/12/2021

---

La entrevista se ha desempeñado como asistente ejecutiva de la tienda Coop, ubicada en Pleinweg 156-172 3083 ER Rotterdam Netherlands

1. **¿Considera que es factible la comercialización de snacks elaborados a base de camote ecuatoriano en el mercado holandés?**

Es factible siendo producto como el chip que se consume a diario, en esta ocasión es a base de una verdura, aunque existe una gran variedad de snacks siendo algo rápido de consumir

2. **¿Conoce Usted la calidad con la que cuentan los productos ecuatorianos en el mercado internacional?**

Conocemos que los productos ecuatorianos importados cuentan con buena calidad en el mercado internacional

3. **¿Qué tamaño de presentación, considera usted más adecuado para la comercialización de los snacks de camote acorde con los requerimientos del mercado holandés?**

El tamaño conveniente sería entre 30 a 80 gr

4. **¿Estaría dispuesto a comprar snacks elaborados a base de camote proveniente de Ecuador?**

Si,

5. **¿Cuáles son las principales características que lo harían comprar snacks elaborados a base de camote?**

La característica más importante del producto es su calidad, el precio que sea accesible y su presentación, que cumpla con las normas internacionales, para que sea comercializado en nuestro país.

6. **En la presentación que usted cree conveniente importar el producto, ¿cuántas unidades del mismo consideraría importar cada vez que lo haga?**

Por el momento sería unas 2000 unidades.

7. **De acuerdo a la cantidad de unidades señaladas en la pregunta anterior ¿Cada cuánto tiempo solicitaría su pedido de importación de snacks elaborados a base de camote?**

siendo un producto nuevo por el momento solicitaremos un pedido cada mes viendo cómo los consumidores se acoplan a estos nuevos sabores.

8. **¿Bajo qué término de negociación realizaría la importación del producto?**

Dentro de lo que son las políticas de la empresa se negocia en términos bajo la cláusula carga libre a bordo (Free On Board) FOB.

9. **En el mercado holandés, ¿existe un producto similar al que se importa teniendo en cuenta el precio y la presentación?**

No existe ya que nuestro país consume muchos snacks la mayoría son de nuestra propia fabricación, los holandeses tienden a consumir productos nuevos y cómodos, para un estilo de vida urbano y rápido.

### **3.8 Conclusión de la entrevista**

Como conclusión de la entrevista realizada, es viable exportar este tipo de producto como los snacks de camote, hacia la ciudad de Rotterdam, siguiendo los requerimientos que nos brinda el ejecutivo entrevistado domiciliado en Holanda.

## **CAPÍTULO IV**

### **INFORME FINAL**

#### **4.1 Análisis del potencial exportador**

El estudio va direccionado hacia el país de Holanda que es considerado una potencia comercial a nivel mundial, uno de sus sectores más activos es precisamente el del transporte marítimo, la ciudad seleccionada es Rotterdam precisamente por su puerto que históricamente tiene el título del puerto con mayor actividad del mundo y actualmente es el mayor puerto de Europa. Este es un mercado potencial para exportar e innovar con nuevos productos en su sector comercial.

En el Ecuador, los snacks de camote se pueden encontrar en cualquier supermercado, su producción está en la sierra, en la costa y en el oriente. Es por eso que justamente escogimos la provincia de Manabí donde la producción de camote es elevada, alcanzando las 399 hectáreas, es decir, que partiendo de este punto afirmamos que la producción de snacks de camote no presentaría ningún tipo de problemas, puesto que se pueden encontrar con facilidad, aprovechando así la máxima producción de snacks de camote para su exportación.

#### **4.2 Análisis del mercado de destino**

Holanda es uno de los mercados que registra un número significativos de importaciones a nivel mundial debido a su alto ingreso de habitantes, convirtiéndose así en uno de los mercados más competitivos por los exportadores internacionales, así que la importancia del proyecto radica en saber aprovechar la producción de calidad de materia prima. En este caso (camote) con la que cuenta ECUADOR, para la elaboración y exportación de snacks de camote.

Holanda es un país que se encuentra en constante desarrollo, por lo tanto, siempre quiere ir a la vanguardia probando nuevos y novedosos productos, es por ello que esto facilita aún más la acogida que tendrían los snacks de camote en la ciudad de Rotterdam, es muy importante resaltar que los niños juegan un papel fundamental ya que ellos son pieza clave en lo que respecta al consumo de estos productos (snacks). Y más que todo ya que cuentan con diferentes sabores. Limón, pollo, BBQ entre otros.

Gracias a los índices obtenidos mediante la plataforma de export potencial, se pudo conocer el potencial de exportación que tiene Holanda frente a otros países del mundo.



Figura 6. Potencial de exportación de Holanda

Fuente: (Export potential, 2019)

En esta figura se puede evidenciar el potencial de exportación de Holanda, donde durante ese año se enmarco alrededor de los 7000 en moneda europea, mientras que, en países como España, ocupa un segundo lugar. Esto conlleva a que Holanda sea un país viable para exportar los snacks de camote.

### 4.2.1 Visión

En los próximos 10 años, será una empresa reconocida en la comercialización de productos alimenticios enfocada como líder en calidad, servicio y cobertura en el abastecimiento de la población en Guayaquil.

### 4.2.2 Misión

Comercializar productos alimenticios crudos y procesados de excelente calidad desarrollados para suplir y satisfacer las necesidades del mercado de nuestros clientes y del consumidor final brindando un ahorro significativo a través del precio justo con apoyo al capital humano.

### 4.2.3 Ubicación

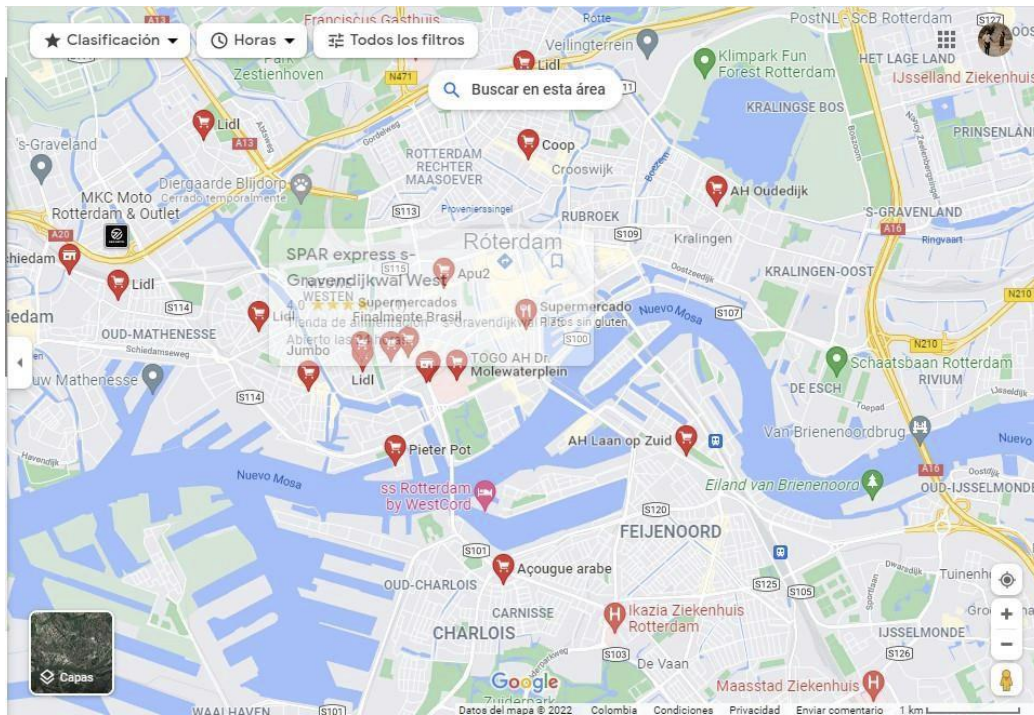


Figura 7. ubicación supermercados Dirk van Broek, Dekamarkt, Coop, Lidl, Spar, Aldi, Jumbo y Albert Heijn.

Fuente: (google maps, 2021)



La ubicación de la línea de supermercados seleccionada de Rotterdam, donde llegaría el producto, donde se implementaría en las diferentes zonas de la ciudad.

#### **4.2.4 Empresa comercializadora**

Como meta se han establecido ocho supermercados ubicados en la ciudad de Rotterdam son: Dirk Van Den Broek, Dekamarkt, COOP, Lidl, SPAR, ALDI, Jumbo en Albert Heijn. Son reconocidos por brindar productos de calidad y ofrecer un muy buen servicio. Todos estos supermercados tienen como objetivo crear un alto valor en la relación entre los proveedores, los clientes y la propia empresa. Catalogando, así como los mejores supermercados de la ciudad, ya que son una cadena de supermercados con variedad de productos de alta calidad.

#### **4.3 Producto**

El camote conocido como “batata” es favorecido ya que tiene beneficios con el clima, su cultivación es en la sierra, en la costa y en el oriente, la provincia donde tiene una máxima producción es Manabí, este producto se puede consumir en diferente manera como asado, frito o cocinado. La presente propuesta son los snacks de camote ya que se encuentra inmersa en la industria alimenticia saludable; son totalmente naturales, fuera de conservantes, colorantes y saborizantes artificiales. El cual busca revolucionar el mercado de los snacks, desplazando a los que se ofertan actualmente porque resultan poco nutritivos y dañinos en la alimentación humana. Se pretende la comercialización de snacks de camote 100% natural, elaborado con productos orgánicos que multiplican al consumo humano.

#### 4.4 Partida Arancelaria

La subpartida arancelaria para los snacks de camote se la define como: 2004.90

Tabla 6. Partida y subpartida arancelaria para la exportación de snack de camote

| <b>Código arancelario</b> | <b>Descripción</b>  |
|---------------------------|---|
| <b>20.04</b>              | Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético) |
| <b>2004.90</b>            | - Los demás:  |
| <b>2004.90.90.00</b>      | -- Los demás:   |

Fuente: (Consulta de arancel, 2022)

Elaborado por: Nolivos y Suarez (2022)

#### 4.5 Ingredientes

El ingrediente principal es el camote para realizar los ojuelos de snacks

Otros ingredientes que utilizan para su fabricación:

- Aceite 100% vegetal
- Sal

##### 4.5.1 Elaboración

Los snacks son un producto elaborado de manera artesanal con especias naturales que aportan una mayor calidad nutritiva; son cortados sometiéndose a un proceso de frito con aceite vegetal obteniéndose una textura crujiente.

## 4.6 Presentación

Los snacks tendrán presentación individual en fundas de 170 Gr, el empaque será elaborado en polipropileno biorientado metalizado para evitar la oxidación de las grasas por ser un material impermeable anti gases y rayos UV.



**Figura 8.** Presentación del snack de camote para exportación

Fuente: (WANYA, 2020)

## 4.7 Inversión Financiera

### 4.7.1 Inversión inicial

Se realizó un análisis financiero implementando el monto inicial como inversión, para llevar a cabo este proyecto se necesitan \$16.143.00 como se muestra en la siguiente tabla donde se detallan los valores indicados en la inversión inicial, se ha considerado un valor estimado de \$1.000 por gasto imprevisto como suministro de limpieza y servicios varios

Tabla 7. Inversión Inicial

| INVERSIÓN INICIAL |                        |              |
|-------------------|------------------------|--------------|
|                   | DETALLE                | VALOR        |
| 1                 | Útiles de oficina      | \$ 70.00     |
| 2                 | Muebles de oficina     | \$ 319.00    |
| 3                 | Equipo de oficina      | \$ 63.00     |
| 4                 | Eq. De computación     | \$ 700.00    |
| 5                 | Gasto de constitución  | \$ 208.00    |
| 6                 | Gasto de certificación | \$ 2,500.00  |
| 7                 | Arriendo               | \$ 500.00    |
| 8                 | Capital de trabajo     | \$ 10,883.00 |
| 9                 | Varios                 | \$ 900.00    |
|                   | TOTAL                  | \$ 16,143.00 |

Elaborado por: Nolivos y Suarez (2022)

#### 4.7.2 Financiamiento de la Inversión

La inversión de \$16.143.00 puede realizarse mediante préstamos bancarios o fondos propios de inversionista, para la investigación presentada se consideran fondos propios

Tabla 8. Financiamiento de la Inversión

| DESCRIPCIÓN            | VLR DEL ACTIVO | VIDA ÚTIL | DEPRECIACIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|----------------|-----------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Muebles de Oficina     | 319            | 10        | 31.9         | 31.9  | 31.9  | 31.9  | 31.9  | 31.9  |
| Equipos de oficina     | 63             | 10        | 6.3          | 6.3   | 6.3   | 6.3   | 6.3   | 6.3   |
| Computación            | 700            | 3         | 240          | 240   | 240   | 240   |       |       |
| Depreciación Anual     |                |           |              | 278.2 | 278.2 | 278.2 | 38.2  | 38.2  |
| Depreciación Acumulada |                |           |              | 278.2 | 556.4 | 834.6 | 872.8 | 91100 |
| DESCRIPCIÓN            | VALOR          | AÑOS      | AMORTIZACIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Gastos de marca        | 208            | 5         | 41.6         | 41.6  | 41.6  | 41.6  | 41.6  | 41.6  |

|                         |      |   |       |       |      |       |      |       |
|-------------------------|------|---|-------|-------|------|-------|------|-------|
| Gastos de certificación | 2500 | 5 | 519.2 | 519.2 | 519. | 519.2 | 519. | 519.2 |
|-------------------------|------|---|-------|-------|------|-------|------|-------|

|  |  |  |       |       |       |       |       |       |
|--|--|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|  |  |  |       |       | 2     |       | 2     |       |
| Amortización Anual                       |  |  | 560.8 | 560.8 | 560.8 | 560.8 | 560.8 | 560.8 |
| Amortización Acumulado                   |  |  |       | 560.8 | 1121  | 1168  | 2243  | 2804  |
| <b>TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION</b> |  |  |       | 839   | 839   | 839   | 599   | 599   |

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

### **4.7.3 Costo del Proyecto**

#### **Servicios prestados**

Se considera el valor de 1.000.000 como pago por honorarios para el propietario del negocio.

### **4.7.4 Depreciación de equipos y Amortización**

Los costos de las depreciaciones y amortizaciones son rubros importantes en los gastos administrativos, debido a que al realizar una compra de equipos es necesario saber el valor de la depreciación y la amortización a considerar de los gastos que se incurren en el inicio del negocio.

De acuerdo a las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) la Propiedad, Planta y Equipo pierden valor por ende se procede a realizar depreciación o amortización a los mismos, se detalla en la siguiente tabla.

### **4.7.5 Servicios Básicos, Internet y Arriendo**

Los servicios básicos, internet y arriendos son rubros fijos en los gastos administrativos, los mismos que se detallan a continuación en la tabla.

Tabla 9. Servicios Básicos

| <b>SERVICIOS BÁSICOS</b> |                |              |
|--------------------------|----------------|--------------|
|                          | <b>MENSUAL</b> | <b>ANUAL</b> |
| <b>Empresa de Agua</b>   | \$ 10.00       | \$ 120.00    |
| <b>Empresa Eléctrica</b> | \$ 80.00       | \$ 960.00    |
| <b>Tigo</b>              | \$ 60.00       | \$ 720.00    |
| <b>Telefonía fija</b>    | \$ 60.00       | \$ 720.00    |
| <b>TOTAL</b>             | \$ 210.00      | \$ 1,800.00  |

|                 |                |                 |
|-----------------|----------------|-----------------|
| <b>Internet</b> | <b>\$40.00</b> | <b>\$480.00</b> |
|-----------------|----------------|-----------------|

|                 |                 |                   |
|-----------------|-----------------|-------------------|
| <b>Arriendo</b> | <b>\$700.00</b> | <b>\$8.400.00</b> |
|-----------------|-----------------|-------------------|

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

#### **4.7.6 Gastos de Venta**

Con el objetivo de promocionar el snack en Holanda, se tendrá presencia internacional en diferentes ferias inicialmente en el país de destino, se estima realizar un viaje anual con el fin de publicitar y dar a conocer el producto, para lo cual se tiene el siguiente presupuesto.

Tabla 10. Gastos de Venta

| GASTO DE VENTA                            |           |             |
|---|-----------|-------------|
| DETALLE                                   | MENSUAL   | ANUAL       |
| Participaciones en ferias Internacionales | \$ 291.67 | \$ 3,500.00 |

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

#### 4.7.7 Gastos Operativos

En el término de negociación que se plantea en el proyecto (FOB) se deben de considerar los costos que se van a incurrir para exportar el producto, el presente término determina que la responsabilidad y obligación del vendedor es entregar la carga en la borda del buque, A continuación, se presentan los costos incurridos en el proceso de exportación y el costo incurrido en la compra de cartón para la exportación de snacks.

Tabla 11. Gastos de Exportación

| GASTO DE EXPORTACIÓN    |              |              |               |             |
|-------------------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| DETALLE                 | TRÁMITES MES | VLR UNITARIO | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL |
| Agente de Aduanas       | 2            | \$ 180.00    | \$ 360.00     | \$ 4,320.00 |
| transporte interno      | 2            | \$ 100.00    | \$ 200.00     | \$ 2,400.00 |
| transp bodega- puerto   | 2            | \$ 68.00     | \$ 136.00     | \$ 1,632.00 |
| seguro del contenedor   | 2            | \$ 200.00    | \$ 400.00     | \$ 4,800.00 |
| cuadrilla en bodega     | 2            | \$ 220.00    | \$ 440.00     | \$ 5,280.00 |
| Recepción de contenedor | 2            | \$ 61.00     | \$ 122.00     | \$ 1,464.00 |
| Manipuleo               | 2            | \$ 33.00     | \$ 66.00      | \$ 792.00   |



|                     |   |              |              |                |
|---------------------|---|--------------|--------------|----------------|
| Inspección          | 2 | \$<br>100.00 | \$<br>200.00 | \$<br>2,400.00 |
| Sellos de seguridad | 2 | \$<br>22.00  | \$<br>44.00  | \$<br>528.00   |

**Elaborado por:** Nolivos y Suárez (2022)

#### 4.7.8 Precio

El volumen de compras a realizarse será de 2000 unidades de Snacks mensuales, en la tabla se detalla el precio de venta del producto que es de \$1.79 ya incluidos los gastos, costos operativos y margen de utilidad requerido.

|                        |             |                           |
|------------------------|-------------|---------------------------|
| <b>SNACK DE CAMOTE</b> | <b>2000</b> | <b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b> |
|------------------------|-------------|---------------------------|

Tabla 12. Precio Unitario

| DETALLE                       | CANTIDAD | UNIDAD | PRECIO      | COSTO              |
|-------------------------------|----------|--------|-------------|--------------------|
| Aceite                        | 30.00    | Litros | \$<br>15.00 | \$<br>0.45         |
| Sal                           | 25.00    | Kilo   | \$<br>18.00 | \$<br>0.45         |
| Camote                        | 40.00    | Kilo   | \$<br>22.00 | \$<br>0.88         |
| Etiqueta                      | 100.00   |        | \$<br>0.10  | \$<br>0.01         |
| <b>Total, precio unitario</b> |          |        |             | <b>\$<br/>1.79</b> |

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

Para obtener el precio unitario del snack de camote, se investigaron los ítems de los costos de producción en donde se aplicó lo siguiente:

#### 4.8 Mercadeo Estrategia de promoción

Se utilizan distintas estrategias para promocionar el producto entre ellas tiene:

- ❖ Ventas directas con los supermercados seleccionado en el país destino
- ❖ Promocionar el producto mediante páginas en internet, redes sociales, donde existe más influencia de personas.
- ❖ Asistir a ferias de emprendimiento, o temas empresariales donde se puede llegar a realizar negociaciones con otras líneas de supermercados al cual podría interesarle el producto.

#### 4.9 Análisis FODA

Tabla 13. Análisis FODA de la microempresa productora

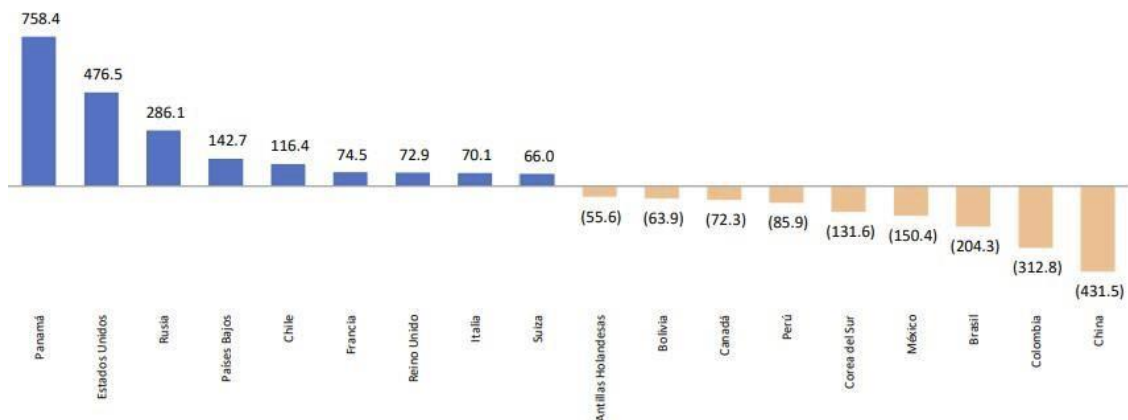
| <b>Fortalezas</b>  | <b>Debilidades</b>  |
|--|---|
| <p>-Promoción de nuestro producto en redes sociales.</p> <p>-Excelente calidad en el producto.</p>   | <p>-No posee un departamento de comercio exterior.</p> <p>-No posee página web.</p>   |
| <b>Oportunidades</b>   | <b>Amenazas</b>   |
| <p>-Buena acogida de parte de los consumidores.</p> <p>-Innovación en el producto ofrecido.</p> <p>-Buena aceptación de los productores.</p> | <p>-Entrada de nuevos competidores.</p> <p>-Aumento en los precios de insumos.</p> <p>-Aparición de una nueva pandemia.</p> |

**Elaborado por:** Nolivos y Suarez (2022)

En la tabla 1], se puede observar los distintos puntos dentro del análisis FODA de la microempresa que se encargaría de la producción de los snacks de camote para su posterior exportación, ubicados en distintos puntos en la ciudad de Rotterdam.

#### 4.10 Comercio multilateral: Ecuador Holanda

Se seleccionó a Holanda como el país destino al tomar en cuenta que el producto propuesto, no ha sido exportado aún, además de que el país europeo cuenta con una ruta estratégica respecto a rutas marítimas, que facilita y simplificará las negociaciones comerciales, además que Los Países Bajos se sitúan entre los diez primeros socios comerciales con Ecuador en exportación e importación; En términos de exportaciones e importaciones, los Países Bajos se ubican como el décimo socio.



**Figura 9.** Relaciones comerciales internaciones con Ecuador

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2021)

En la Figura se puede observar que Países Bajos que se encuentra en el cuarto puesto de los países con mejor relación comercial, al mismo tiempo se demuestra que Ecuador tuvo un superávit comercial con este país.

#### 4.11 Requisitos en origen y destino Requisitos para exportar

Para que una persona o una organizaciyn sea considerada como “exportador” o “empresa exportadora” se debe disponer de lo siguiente:

- Tener Registro único del contribuyente - R.U.C.
- Poseer Certificado Digital para firma electrónica “Token”, ya sea obtenido del Banco Central del Ecuador (BCE) o del Security Data.

La importancia de la factura electrónica radica en que dicho dispositivo electrónico es la equivalencia de una firma manuscrita y por lo tanto es fundamental para la firma de documentos en el Ecuapass.

##### 4.11.1 Emisión de la firma electrónica

A continuación, se detallarán los pasos para la emisión de la firma:

Tabla 14. Emisión de firma electrónica

| PRODUCTO / SERVICIO  | VIGENCIA | TARIFA SIN IVA |
|--|----------|----------------|
| Emisión de Certificado Digital (Token, Archivo, Roaming HSM) | 2 años   | \$ 27,00       |
| Renovación Certificado Digital (Token, Archivo, Roaming HSM) | 2 años   | \$ 18,00       |
| Dispositivo TOKEN  | 10 años  | \$ 22,00       |

**Fuente:** (Banco Central del Ecuador, 2021)

- Solicitud de emisión o renovación del certificado de firma electrónica aprobada ●

Comprobante de pago

Después de cumplir con esos requisitos, se detallan los pasos:

- Ingresar la solicitud en [www.eci.bce.ec](http://www.eci.bce.ec). Dar click en la pestaña de Firma electrónica, y después en “Solicitud de certificado o Renovar el certificado” según convenga el caso ● Se debe llenar el formulario en línea (Para agentes de aduana o importadores/exportadores, es obligatorio el número de RUC en el formulario de solicitud)
- Adjuntar los requisitos solicitados
- Digitalizar la cédula o pasaporte a color y la papeleta de votación actualizada
- Digitalizar la última factura de pago de servicios básicos (luz, agua, o teléfono)
- Una vez que se compruebe la solicitud, se deberá realizar el pago total de \$67, tal como se detalla en los rubros de la “Figura 20”
- Finalmente se puede retirar el certificado en las oficinas del Registro Civil.

Si se desea obtener la firma electrónica por medio de Security Data, se deberán seguir estos pasos:



**Figura 10.** Tarifas para emisión Security Data

**Fuente:** (Security Data , 2021)

- Tener en formato PDF: copia a color de cédula, RUC (obligatorio solo para importadores/exportadores, personas que realicen facturación y Sercop)
- Llenar el formulario en línea correspondiente, y una vez que se apruebe la solicitud, al usuario le llegará un correo electrónico con 3 pasos:
  - Ser persona física y mayor de edad
  - Copia a color de la cédula o pasaporte (para extranjeros)
  - RUC
- Realizar el pago total correspondiente según se indica en la “figura 21”
- Al finalizar el usuario podrá elegir por un costo adicional, si desea que su firma electrónica sea entregada a domicilio o en la oficina por \$7 + IVA.

Después de obtenido el TOKEN, el usuario deberá proceder a registrarse como exportador en el portal ECUAPASS: (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Además, deberá crear un usuario y contraseña en las páginas web de las terminales portuarias del territorio nacional.

### 4.11.2 Documentos para la exportación

Para la comercialización del producto en el país destino, se deberá cumplir con la siguiente documentación:

- Factura comercial
- Documento de transporte (B/L) ●

Lista de empaque

- Certificado de origen (con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias) ●

Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

### 4.11.3 Incoterm a utilizar

- Para las negociaciones, se utilizaría el Incoterm “Free on board” (FOB) o en su traducción al español “Libre a bordo”

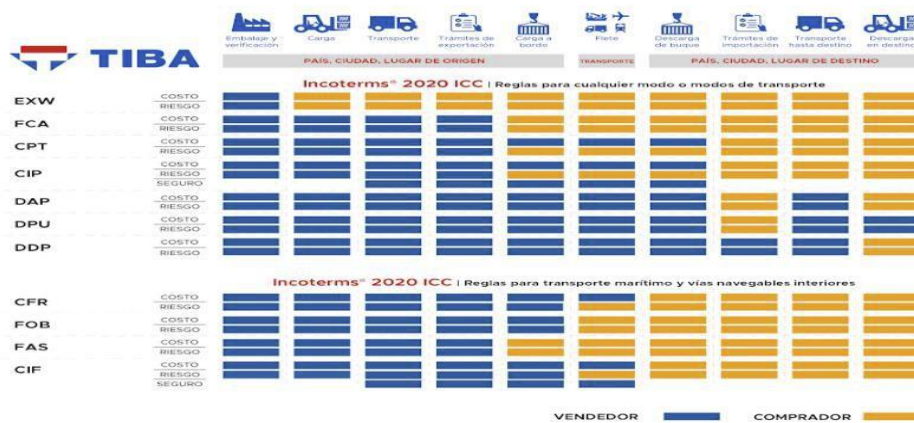


Figura 11. Incoterm FOB “Free on board”

Fuente: (TIBA, 2020)

## **4.12 Traslado de mercadería**

### **4.12.1 Transporte interno**

El transporte terrestre es uno de los medios principales para la articulación de los asentamientos urbanos, por tal motivo resulta viable transportar los snacks de Manabí hacia la terminal portuaria de Guayaquil, ya que las vías son de total acceso para su transportación, y así la empresa naviera se encargará de que la mercancía sea contenerizada para luego ser exportada hacia el puerto de Rotterdam.

### **4.12.2 Envase**

- Los snacks irán empacados en fundas de 170 Gr, el empaque será elaborado en polipropileno, el producto como tal tendrá unas dimensiones de 24.4cm x 18.7cm x 6.7cm.
- En cada unidad de envase irán 12 snacks revestidos con el material mencionado previamente, más el etiquetado del producto donde se incluirá la tabla nutricional.

### **4.12.3 Empaque**

El producto irá recostado uno encima de otro, 50 en una mitad, 50 en la otra mitad hasta llenar la caja con 100 fundas de snacks, éstas irán ubicadas en cajas de cartón resistente con dimensiones de 20x30x35cm.

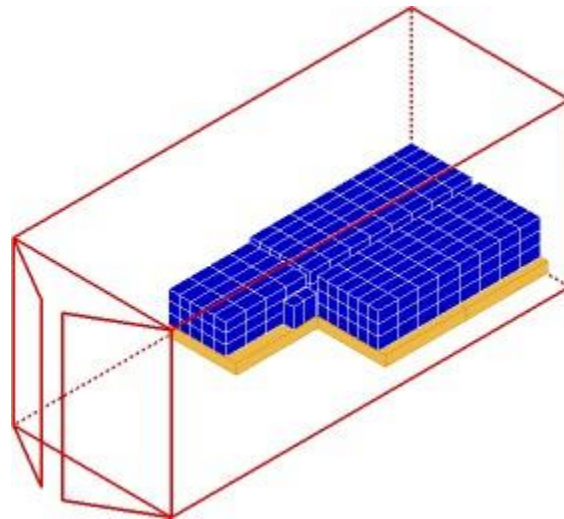
### **4.12.4 Embalaje**

La mercadería irá paletizada dentro del contenedor para un mejor manipuleo de la carga, y evitar problemas al momento de meter y sacar las cajas del contenedor.

### **4.12.5 Contenedor**

Se utilizará un contenedor reefer de 20', para mantener la carga a una temperatura adecuada durante el transporte hacia el país destino.





**Figura 12.** Carga contenerizada

**Fuente:** (Searates, 2020)

Tal como se puede observar en la Figura 12, el contenedor ya cargado con la mercancía posee los siguientes datos.



**Figura 13.** Cartón para empaque

**Fuente:** (Searates, 2021)

- 350 cajas de snacks
- Cada caja tiene un peso de 10.38kg
- El volumen de la carga es de 2.68 m<sup>3</sup>
- El peso total de la carga, es de 3633kg

#### 4.12.6 Puerto en Ecuador y puerto de Rotterdam.

La línea naviera que el comprador escoja para el transporte internacional, deberá recorrer una ruta marítima desde la Terminal Portuaria de Guayaquil - CONTECON, hasta el Puerto de Rotterdam.

A continuación, se presentará una tabla con los tiempos estimados aproximados de cada línea naviera, a la final, también dependerá de la disponibilidad, y de la fecha en la que se realice el transporte internacional.

Tabla 15. Distancias y tiempo de las líneas navieras

| <b>DISTANCIA Y TIEMPO DE VIAJE</b> |               |
|------------------------------------|---------------|
| <b>Naviera</b>                     | <b>Tiempo</b> |
| <b>ONE</b>                         | 15 días       |
| <b>Hamburg Sud</b>                 | 11 días       |
| <b>CMA CGM</b>                     | 12 días       |

**Fuente:** (Herramienta de cálculo de distancias y tiempos de Sea Rates, 2020)

#### 4.12.7 Ruta marítima

En la siguiente figura, se puede visualizar la ruta que el buque de la línea naviera tendrá que recorrer hasta llegar al puerto destino, en cuyo caso es el Puerto de Rotterdam, saliendo desde la Terminal de CONTECON, en Guayaquil, Ecuador.



**Figura 14.** Distancia Puerto de Guayaquil al Puerto de Rotterdam

**Fuente:** (google maps , 2022)

### 4.13 Requisitos para entrar al mercado

Para que la mercancía pueda entrar al mercado holandés, el Servicio Nacional de Aduanas (SNA) en Holanda, exige que se presente:

- Documento de transporte: Aquí se debe incluir el documento de embarque original, el BL ● o la guía aérea que demuestre la propiedad de la carga por parte del vendedor.
- La factura comercial original
- Póliza de seguro, o documento que demuestre que la carga está asegurada, monto de la prima y que esté pagada - No es obligatorio, pero sirve para facilitar el proceso
- Declaración jurada sobre el precio de la mercancía
- Mandato

Según la Resolución 3589 EXENTA, del 13 de julio de 2012, en su modificación del 16 de marzo de 2021, se indica que para la introducción de un producto al mercado holandés, se debe presentar también, por el tipo de producto:

Presentar un Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE) Oficial y Original, emitido por la autoridad fitosanitaria correspondiente del país de procedencia.

Este documento se puede obtener mediante la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario.

### **SEREMI de Salud**

Se debe tener un CDA otorgado por la secretaría general del Ministerio de Salud de la región holandesa, donde ingresan los productos mismo que faculta el retiro y transporte de la mercadería desde la aduana hasta las bodegas autorizadas para que la mercancía se mantenga hasta que sea retirada.

El CDA se puede obtener mediante un formulario, donde se debe entregar la factura del producto, la autorización sanitaria válida del almacén de destino, y el pago de la tarifa correspondiente para los servicios de salud ambiental.

## CONCLUSIONES

Una vez al haber analizado la problemática de este proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se analizó la información de las exportaciones ecuatorianas del sector de alimentos procesados (snacks), se observó en otras investigaciones acerca de la elaboración de chips de plátanos, dándole un segundo lugar a la producción de otros snacks que se están elaborando con diferentes vegetales, en este caso el camote(batata).
- Se determinó que el mercado estudiado (Holanda- Rotterdam) es exigente y demanda productos saludables y naturales, por lo que la exportación de snacks de camote hacia este mercado es una oportunidad comercial para el país que el sector exportador ecuatoriano no está aprovechando en su totalidad.
- Al realizar el estudio para la elaboración de un plan de exportación de snacks elaborados a base de camote al mercado holandés ciudad de Rotterdam se demostró que existen varios potenciales importadores interesados en comercializar el producto, además cabe resaltar que en el país no se ha iniciado un proceso de comercialización del camote como un snack para el consumo de las personas. Es por ello que es importante incentivar la comercialización de este producto porque se puede encontrar un nicho específico y garantizar un futuro próspero para el mismo.
- En conclusión, también se puede añadir que, por la falta de conocimiento de los beneficios del camote, se ha ignorado su potencial socio- económico, y que los niños pueden ser los máximos potenciales consumidores a la hora de comprar este producto.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda aplicar estrategias que permitan llegar a acuerdos con los productores y también con los importadores para así garantizar el abastecimiento del producto y de las ventas en el tiempo acordado.
- Realizar un estudio más profundo del consumidor y del mercado holandés, para permitir conocer a ciencia cierta la aceptación del producto debido a la tendencia de consumo altamente favorable hacia todos tipos de snacks en presentación de chips.
- Se sugiere desarrollar una guía práctica del proceso logístico para la exportación de snacks en la que se pueda detallar el proceso de la cadena logística y así dar a conocer los diferentes costos y gastos que tendrá la exportación.
- Se recomienda que los mayores exportadores de snacks del mercado se concienticen de que existen variedades de snacks de diferentes sabores y texturas apreciando así diversos vegetales que posee la producción ecuatoriana.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

(2017). Obtenido de

<http://www2.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/01-10PPP2017PLAN.pdf>

(2020). Obtenido de Servicio Nacional de Aduana:

<https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.

Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.

*Asamblea Nacional del Ecuador: Autoridades, Estructura, Funciones*. (s.f.). Obtenido de

<https://tiempodepolitica.com/c-ecuador/asamblea-nacional-del-ecuador/>

Axel, E. (17 de Abril de 2017). *Mercadotecnia Internacional*. Obtenido de

<https://eduardorecillas.wordpress.com/2017/04/17/oferta-exportable/>

Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo:

Ideaspropias Editorial.

Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.

Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.

Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico*. Madrid: Paraninfo.

Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.

*Botanical-online*. (2014). Obtenido de

[http://www.botanicalonline.com/boniato\\_camote\\_ipomoea\\_batatas.htm](http://www.botanicalonline.com/boniato_camote_ipomoea_batatas.htm)

*Camara de Comercio Oruro*. (30 de Julio de 2021). Obtenido de

<https://camaradecomerciodeoruro.com/2021/07/30/que-son-las-5-fuerzas-de-porter/>

Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.

CIP. (2019). *Sweet potato Facts and Figures*. Obtenido de International Potato Center:

<https://cipotato.org/sweetpotato/sweetpotato-facts-and-figures/>

*Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones*. (2010). Obtenido de

<https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>



*Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones* . (2010). Obtenido de

<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

*CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES* . (29 de Diciembre de 2010). Obtenido de

<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

*CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES* . (29 de Diciembre de 2010 ). Obtenido de

<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

*Codigo Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones*. (2010). Obtenido de

<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

*Coface for Trade*. (2021). Obtenido de Comercio Holandes:

[https://www.coface.es/actualidad-economica-financiera/noticias-economicas/Holanda-Cual-es-el-secreto-del-comercio-holandes#:~:text=Tradicional%20potencia%20mar%C3%A9tica%20y%20econ%C3%B3mica%20mundial%20en%20el,tercero%20%28justo%20por%20detr%C3%A1s%20de%](https://www.coface.es/actualidad-economica-financiera/noticias-economicas/Holanda-Cual-es-el-secreto-del-comercio-holandes#:~:text=Tradicional%20potencia%20mar%C3%A9tica%20y%20econ%C3%B3mica%20mundial%20en%20el,tercero%20%28justo%20por%20detr%C3%A1s%20de%20)

Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*.  
Quito: Editora Nacional.

Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.

Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*.

Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Escuela Politécnica Nacional:

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwjvwOy4IJPIAhWFF5AKHUAyBFA&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%2F1%2FCFD-0795.pdf&usq=AFQjCNHr5JIvEUFu2GkrhscjBJ-tStFQQA&sig2=a>

*Diario la Hora* . (15 de Octubre de 2015). Obtenido de el productor :

<https://elproductor.com/ecuador-vigile-la-humedad-al-cultivar-el-camote/#:~:text=El%20cultivo%20de%20camote%20en,Guayas%2C%20donde>

*El productor* . (15 de marzo de 2021). Obtenido de

<https://elproductor.com/2021/03/ecuador-el-banano-orito-y-la-pasta-de-cacao-entre-las-revelaciones-exportables-del-2020/>

El Telégrafo. (26 de Mayo de 2012). \$180 millones venden al año los artesanos de muebles. *El Telégrafo*, pág. 9.

ESPE. (2013). Obtenido de Estudio de prefactibilidad para la producción y exportación de chifles hacia la Republica de Chile :

<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/6722>

Expresso, D. (20 de Mayo de 2016). Los snacks un mercado que apuesta por la exportación.

Fernández, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa.*

Alicante: ECU.

Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo .* Alicante : ECU.

Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible.* Alicante: Editorial Club Universitario.

Frederick, T. (1911). *Los principios de la gestión científica .*

Gallardo, J. (7 de Octubre de 2012). *El comercio .* Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/opinion/diversificacion.html>

Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales.* Barcelona: Editorial UOC

George Crum. (2021). Obtenido de Invento de las papas fritas :

<https://es.411answers.com/a/como-invento-george-crum-las-papas-fritas.html>

Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google.* Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>

Green. (27 de mayo de 2016).

Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.

Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio* . Madrid: Paraninfo.

Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber* . Florida: Atlantic Publishing Group .

Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

Industrial. (15 de Octubre de 2015). Obtenido de

[https://www.academia.edu/9486784/Comedor\\_Industrial](https://www.academia.edu/9486784/Comedor_Industrial)

INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico:

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90)

INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)

INIAP. (2019). Obtenido de

<https://www.iniap.gob.ec/pruebav3/camote-un-alimento-con-gran-potencial-para-combatir-la-desnutricion/>

IPLACEX Tecnológico Nacional . (s.f.). Obtenido de Normativa Aduanera :

[http://cursos.iplacex.cl/CED/NAD1004/S3/ME\\_3.pdf](http://cursos.iplacex.cl/CED/NAD1004/S3/ME_3.pdf)

Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .

Krugman, O. y. (2008). Fundamentos de Economía. En P. R. Krugman, & M. L. Olney.

Krugman, P. &. (2006). Teoría y Política . En 7. e. Mc Graw Hill, *Economía Internacional* (págs. 120-137).

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.

Larousse Editorial, S. (2007). *Diccionario Manual de la Lengua Española Vox*. Barcelona: .

legiscomex . (2021). Obtenido de

[https://www.legiscomex.com/Documentos/ZONAS\\_PRIMARIAS\\_ADUANERAS#:~:text=Las%20zonas%20primarias%20aduaneras%20son%20aquellos%20lugares%20por,mercanc%C3%ADas%20bajo%20control%20aduanero%20del%20territorio%20aduanero%20nacional.](https://www.legiscomex.com/Documentos/ZONAS_PRIMARIAS_ADUANERAS#:~:text=Las%20zonas%20primarias%20aduaneras%20son%20aquellos%20lugares%20por,mercanc%C3%ADas%20bajo%20control%20aduanero%20del%20territorio%20aduanero%20nacional.)

Leiceaga, C., Carrillo, F., & Hernández, Á. (2012). *Economía 1º Bachillerato*. San Sebastián: Editorial Donostiarra.

Llamas, C. (2009). *MARKETING Y GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory .

Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.

Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.

Macías, G., & Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía* .

*Manual de Comercio Exterior*. (2018). Obtenido de El proceso de exportación definitiva :  
<https://www.manualdecomercioexterior.com/2018/01/el-proceso-de-exportacion-definitiva.html>

Martínez, I. (2005). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y online* . Madrid: Esic .

Marutto Gourmet & Eventos . (26 de Febrero de 2015). *Historia de los Bocadillos* . Obtenido de <https://bocadillosdf.blogspot.com/2015/02/historia-de-los-bocadillos.html>

Mendez, A. (2016). *ULVR*. Obtenido de Diseño de plan de exportación de snack chifles de plátano hacia la ciudad de Hamburgo Alemania. Guayaquil.:

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1253/1/T-ULVR-1113.pdf>

Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.

Michael Porter. (2021). *lifeder*. Obtenido de

<https://www.lifeder.com/ventaja-competitiva-michael-porter/#:~:text=La%20ventaja%20competitiva%20de%20Michael%20Porter%20establece%20que,profesor%20e%20investigador%20en%20la%20Universidad%20de%20Harvard.>

Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>

Montero, C. (2005). *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacidad*. San José: EUNED.

Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.

Morales, R. (2013). *MF1330\_1: Limpieza doméstica*. Málaga: INNOVA.

Nutsch, W. (2000). *Tecnología de la madera y del mueble*. Barcelona: Reverté.

OCDE. (2014). *Colombia: La implementación del buen gobierno*. Paris: OECD Publishing.

- Ochoa, D. (25 de Abril de 2014). *Comunidad de Comercio Exterior* . Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/definiciones-generales-m-s-utilizadas-relacionadas-con-ventanilla>
- OEC. (2021). Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica : <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/nld/partner/ecu>
- OIT. (2008). *Calificaciones para la mejora de la productividad el crecimiento del empleo y el desarrollo* . Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo .
- Olavarria, M. (2005). *Pobreza, crecimiento económico y políticas sociales*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Peralta, N. (24 de Septiembre de 2010). *Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2695/1/T0878-MT-Peralta-Industria%20maderera.pdf>
- Perdigones, J. (2011). *MF0996\_1: Limpieza del mobiliario interior*. Málaga: INNOVA.
- Perdomo, O. (2012). *¡Abre tu negocio... y vivirás en abundancia!* Bloomington: Palibrio.
- Plan Nacional de Desarrollo*. (2021-2025). Obtenido de <http://encontremonos.planificacion.gob.ec/enterate/eje-2/>



*Plan Nacional de Desarrollo. (2021-2025). Obtenido de*

<http://encontremonos.planificacion.gob.ec/enterate/eje-2/>

*PROECUADOR . (21 de Mayo de 2021). Obtenido de Nuevas tendencias en los snacks salados :*

<https://www.proecuador.gob.ec/nuevas-tendencias-en-los-snacks-salados/>

*PROECUADOR. (12 de 12 de 2014). Obtenido de Perfil Sectorial de Snack de sal gourmet*

2014: <https://www.proecuador.gob.ec/>

*PROECUADOR. (12 de Diciembre de 2015). Obtenido de Instituto de Promocion de*

Exportación e Inversiones: <https://www.proecuador.gob.ec/>

*Puig-Durán, J. (2011). Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración. Madrid:*

Diaz de Santos.

*Quimbiulco, C. (3 de Marzo de 2012). Dspace Universidad Central del Ecuador. Recuperado el*

23 de Septiembre de 2015, de Dspace Universidad Central del Ecuador:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/903/1/T-UCE-0003-51.pdf>

*Ramirez, P. (14 de Abril de 2021). Economia. Obtenido de Factores de Produccion :*

<https://economia3.com/factores-de-produccion-tipos/>

*Reglamento al Código Organico de la Produccion, Comercio e Inversion. (2011). Obtenido de*

[https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Adu](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Adu)

[anera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Adu)

*Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones* . (2011). Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Aduanera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf)

*Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones* . (2011). Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4433/1/T-ULVR-3613.pdf>

*Reglamento al Código Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones*. (2011). Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Aduanera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf)

*Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. (2011). Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Aduanera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf)

*Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. (2011). Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Aduanera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf)

*Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. (2011). Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Aduanera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf)

Repullo, J. (2006). *Sistemas y servicios sanitarios: Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica*. Madrid: Ediciones Días de Santos.

Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.

Rivadeneira. (28 de Marzo de 2012). *Empresa y Actualidad* . Obtenido de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

Rodríguez, R. (2014). *Técnicas de tapizado de mobiliario: TCPF0209. Operaciones auxiliares de tapizado de mobiliario y mural* . Madrid: IC Editorial .

Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *UF0083: Diseño de Productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.

*Santandertrade*. (Agosto de 2021). Obtenido de Países Bajos- economía y política: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/paises-bajos/politica-y-economia>

*Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo* . (2017-2021). Obtenido de <http://www2.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/01-10PPP2017PLAN.pdf>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .

SENAE. (16 de Octubre de 2015). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/>

*Servicio Meteorológico.* (23 de Octubre de 2012). Obtenido de

<http://www.serviciometeorologico.gob.ec/meteorologia/articulos/agrometeorolo>

*Servicio Nacional de Aduana de Ecuador .* (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/senae>

Sescovich, S. (2009). *La gestión de personas: un instrumento para humanizar el trabajo.*

Madrid: Libros en Red.

*SETEC.* (2021). Obtenido de Tributos al Comercio Exterior :

<https://www.acavir.com/comercio-exterior/tributos-al-comercio-exterior/#:~:text=Tributos%20al%20comercio%20exterior%20son%20recargos%20econ%C3%B3micos%20exigibles,objeto%20de%20importaci%C3%B3n%20o%20exportaci%C3%B3n%20en%20territorio%20nacional.>

Smith, W. &. (2014). Teorías del espíritu empresarial, el crecimiento económico y el espíritu empresarial. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 160-168.

Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad.* Santiago de Chile : FUNDES.

*SYGRIS.* (19 de Julio de 2019). Obtenido de

<https://solutions.sygris.com/2021/07/19/que-es-la-sostenibilidad-definicion/>

Telegrafo, E. (8 de Diciembre de 2011). págs.

[http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/cultivo-de-camote-se-incrementa-en-el-pais.html.](http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/cultivo-de-camote-se-incrementa-en-el-pais.html)

*TIME IS IT HEALTHY.* (s.f.). Obtenido de

<https://sites.google.com/site/timeisithealthy1/nutricion/snaks>

*UIDE.* (2021). Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo :

<https://infogobierno.net/plan-nacional-de-desarrollo/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Plan%20Nacional%20de%20Desarrollo%3F%20El,Adem%C3%A1s%20de%20esto%2C%20coordina%20las%20actividades%20de%20ambos.>

*ULVR.* (2016). Obtenido de EXPORTACIÓN DE SNACKS ELABORADOS A BASE DE CAMOTE, ZANAHORIA BLANCA Y PLATANO HACIA LA CIUDAD DE MONTEREAL-CANADA:

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1082/1/T-ULVR-1091.pdf>

*Universidad Tecnológica Idroamerica.* (2017). Obtenido de Nivel de producción de chifles y su incidencia en la productividad de empresa de economía popular y solidaria Produarte :

<http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/715/1/TESIS%20TOALA%20TUBAY%20PATRICIA%20DEL%20CARMEN.pdf>

*UTMACH.* (20 de OCTUBRE de 2016). Obtenido de DISEÑO DE EXPORTACIÓN DE SNACKS (CHIFLES) DE PLÁTANOS DESDE LA EMPRESA "LOS CASERITOS" CANTON PASAJE- EL ORO DESTINO CANADA:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9126/1/TTUACE-2016-CI-DE00037.pdf>

Valle, A. (1991). *Productividad: Las visiones neoclásica y marxista.* México, D.F. : UN