



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL,
ADMINISTRATIVA Y**

COMERCIAL

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACKS DE YUCA DE ECUADOR. CANTÓN
SUCÚA AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2021 – 2022”**

**REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO
(A) EN COMERCIO EXTERIOR**

AUTOR (A):

PABLO CRUZ VERA TRIGUERO

TUTOR:

MSC. RUDY ROSALBA RODRÍGUEZ SOLÍS

**GUAYAQUIL - ECUADOR
2022**

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, **PABLO CRUZ VERA TRIGUERO**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: **“PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACKS DE YUCA DE ECUADOR DEL CANTÓN SUCÚA AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2021 – 2022”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

101 ANIO SEPTUAGESIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL
LXX



DR. ANGEL NAVAS TINOCO


.....
Pablo Cruz Vera Triguero

C.C.: 0922360169

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría)



Factura: 001-001-000044523





20220901070D00132

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20220901070D00132

Ante mí, NOTARIO(A) ANGEL DE LA CRUZ NAVAS TINOCO de la NOTARÍA SEPTUAGESIMA , comparece(n) PABLO CRUZ VERA TRIGUERO portador(a) de CÉDULA 0922360169 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 25 DE FEBRERO DEL 2022, (13:52).


PABLO CRUZ VERA TRIGUERO
CÉDULA: 0922360169



NOTARIO(A) ANGEL DE LA CRUZ NAVAS TINOCO
NOTARÍA SEPTUAGESIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

NOTARIO SEPTUAGESIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL
LXX



ANGEL NAVAS TINOCO

Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.

REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
 IDENTIFICACIÓN Y CENSALCENSO

CÉDULA DE CIUDADANÍA N. 092236016-9

APellidos y Nombres del Pape
VERA TRIGUERO PABLO CRUZ

Apellido(s) y Nombres de la Madre
TRIGUERO LEÓN ELORZA

Lugar y Fecha de Expedición:
GUAYAQUIL 2014-03-30

Fecha de Expiración:
2024-02-29

FECHA DE NACIMIENTO: 1983-01-08
 NACIONALIDAD: ECUATORIANA
 SEXO: M
 ESTADO CIVIL: CASADO
 ESTEPAHIA MARIA PESANTEZ MANTUANO

BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUACIÓN ESTUDIANTE

VERA MATA MORNOS CLARO

TRIGUERO LEON ELORZA

GUAYAQUIL 2014-03-30

2024-02-29

CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: GUAYAS N. 70486288

CIRCUNSCRIPCIÓN: 1

CANTÓN: GUAYAQUIL

PARROQUIA: LETAMENCI

ZONA: 1

JURTA No. 0118 MASCULINO

VERA TRIGUERO PABLO CRUZ

CIUDADANÍA/O

ESTE DOCUMENTO AUTENTICA (SIN OTROS SEÑALES) EN LAS ELECCIONES GENERALES 2021

Presidente de la JCV

NOTARIO SEPTUAGÉSIMO
 DEL CANTÓN GUAYAQUIL
 LXX



N.B. ANGEL NAVAS TINOCO



DOY FE: De conformidad al Art. 11 numeral 5 de la Ley
 Fotaria, doy fe (con) (s) fotocopia(s) que antecede(n)
 es (son) igual(es) a los documento(s) original(es) que
 corresponde(n) a y con me fue exhibido en
 foja(s) (ul) (es), conservando una copia de ellas en el
 Libro de Diligencia - GUAYAQUIL.

AB. ANGEL NAVAS TINOCO
 NOTARIO SEPTUAGÉSIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es **“PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACKS DE YUCA DE ECUADOR DEL CANTÓN SUCÚA AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2021 – 2022”**, fue elaborado por el (la) señor (Sra.) **PABLO CRUZ VERA TRIGUERO**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís

Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

Con todo mi cariño y amor quiero dedicar este trabajo a Dios en primer lugar y a las personas que siempre me han apoyado, especialmente a mi familia que han sido la fuente de inspiración en este proceso tan anhelado en mi vida y me han permitido cumplir cada uno de los objetivos planeados en lo personal y profesional.

Agradecimiento

Agradecer a Dios que sin las bendiciones que derrama sobre mi hubiese y que me ha dado la oportunidad de vivir. A mi familia por brindarme su apoyo por confiar en mí, por su ayuda emocional. A mis docentes que compartieron sus conocimientos conmigo aportando a mi desarrollo profesional. A mis amigos y compañeros con los que conviví gratos momentos, a mi tutora Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís que tuvo el tiempo y paciencia en ayudarme a desarrollar mi proyecto de investigación

Índice de Contenidos

Reconocimiento de Responsabilidad.....	I
Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría).....	II
Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.	III
Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación.....	IV
Dedicatoria.....	V
Agradecimiento	VI
Índice de Contenidos	VII
Índice de Tablas.....	XI
Índice de Gráficos.....	XII
Índice de Imágenes	XIII
Índice de Anexos	XIV
Informe del Urkund	XV
Resumen	XVI
Abstract.....	XVII
Introducción.....	1
Formulación del Problema.....	3
Formulación del Objetivo General	4
CAPÍTULO I.....	6
FUNDAMENTACIÓN	6
1.1 Marco Histórico.....	6
1.1.1 Ficha Técnica de la Yuca	6
1.1.1.1 Características de la Yuca.....	7
1.1.1.2 Potencialidades del Producto.....	7
1.1.1.3 Propiedades y Beneficios del Consumo de Yuca	7
1.1.1.4 Composición Nutricional de la Yuca	8
1.1.1.5 Ciclo de la Producción de la Yuca	9
1.1.2 Reseña Histórica.....	10
1.1.3 Principales Usos de la Yuca que se Exporta de Ecuador al Mercado de Canadá	

1.1.4	Distribución Geográfica de Yuca en el Ecuador	12
1.1.5	Variedad del Producto	13
1.1.6	Acuerdos Comerciales.....	14
1.1.7	Plan de Exportación	14
1.1.8	Distribución el Sistema de Cultivo.....	15
1.1.9	Infraestructura de las Áreas de Cultivo de la Yuca en Ecuador.....	15
1.1.10	Estadísticas de Exportación de Yuca	16
1.1.10.1	Destino de las Exportaciones Ecuatorianas del Sector	16
1.2	Marco Teórico	17
1.2.1	Teoría Mercantilista	17
1.2.2	Teoría de la Ventaja Absoluta.....	18
1.2.3	Teoría de la Ventaja Comparativa.....	19
1.2.4	Teoría de la Ventaja Competitiva.....	19
1.2.5	Modelo de la Dotación de los Factores de Producción	20
1.2.6	Marketing Mix.....	21
1.2.7	Cinco Fuerzas de Porter	24
1.2.8	Las Estrategias Genéricas.....	26
1.2.9	Exportación	27
1.2.10	Importación	28
1.2.11	Análisis Micro y Macro Ambiental de la Yuca.....	28
1.3	Marco Conceptual.....	29
1.4	Marco Jurídico	31
1.4.1	Constitución de la República del Ecuador	31
1.4.2	Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021	34
1.4.3	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPECI).....	37
1.4.4	Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP	41
1.4.5	Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual.....	44
1.4.6	Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria.....	45
1.4.7	Municipio del Cantón Sucúa	47
CAPÍTULO II.....		48
METODOLOGÍA EMPLEADA		48
2.1	Tipo de Enfoque de la Investigación	48
2.1.1	Enfoque Mixto.....	48

2.1.2	Enfoque Cuantitativo.....	48
2.1.3	Enfoque Cualitativo.....	49
2.2	Tipo de Investigación.....	50
2.2.1	Investigación Exploratoria.....	50
2.2.2	Investigación Descriptiva	50
2.2.3	Investigación Histórica	51
2.3	Métodos de la Investigación	51
2.3.1	Analítico- Sintético.....	51
2.3.2	Inductivo- Deductivo.....	54
2.3.3	Histórico- Lógico.....	54
2.4	Técnicas de la Investigación y Fuentes.....	55
2.4.1	Encuesta.....	55
2.4.2	Observación	56
2.5	Universo y Muestra.....	56
2.5.1	Muestra	56
2.6	Análisis de los Resultados	58
2.6.1	Análisis de Encuesta.....	58
2.6.2	Análisis de la Observación	68
2.7	Instrumentos para Justificar la Propuesta	69
2.7.1	Análisis PEST	69
2.7.2	Análisis DAFO (FODA)	70
2.7.3	Modelo CAPA.....	71
CAPÍTULO III		73
DESARROLLO DE LA PROPUESTA		73
3.1	Título de la Propuesta	73
3.1.1	Objetivo de la Propuesta.....	73
3.1.2	Describir la Propuesta.....	73
3.1.3	Beneficio de la Propuesta	74
3.1.4	Descripción del Producto.....	75
3.1.5	Partida Arancelaria	80
3.2	Desarrollo del Estudio Técnico.....	80
3.2.1	Localización.....	80
3.2.2	Macro Localización	80

3.2.3	Micro Localización.....	82
3.2.4	Localización del Negocio	82
3.2.5	Registros y Patentes.....	83
3.3	Descripción de la Propiedad y Activos del Proyecto.....	84
3.3.1	Infraestructura y Obra Civil.....	84
3.3.2	Flujograma del Proceso Productivo.....	86
3.3.3	Flujograma del Proceso Productivo de los Snacks.....	87
3.3.4	Proceso de Exportación	88
3.4	Plan de Inversión	90
3.4.1	Estudio Económico - Financiero	90
3.4.2	Financiamiento de la Inversión.....	94
3.4.3	Presupuesto de Operación	95
3.4.4	Gastos de Nómina, Gastos Administrativos y Gastos de Ventas	96
3.4.5	Depreciación de Activos Fijos.....	97
3.4.6	Gasto de Amortización.....	97
3.4.7	Costo de Producción.....	97
3.4.8	División de Costos y Gastos de Producción.....	99
3.4.9	Presupuesto de Ingreso y Ventas.....	100
3.4.10	Análisis del TIR y del VAN.....	102
CONCLUSIONES.....		104
RECOMENDACIONES		105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		106
ANEXOS.....		111

Índice de Tablas

Tabla 1 Clasificación científica	6
Tabla 2 Composición nutricional de la yuca	8
Tabla 3 Nivel de confianza / Valores probabilísticos (Z).....	57
Tabla 4 Precisión (d).....	57
Tabla 5 Análisis PEST.....	70
Tabla 6 Análisis FODA	71
Tabla 7 Modelo CAPA	72
Tabla 8 Partida arancelaria de la YUCA	80
Tabla 9 Activos fijos/Costos de Equipos y Maquinarias.....	90
Tabla 10 Activos fijos/Muebles de Oficinas	91
Tabla 11 Activos fijos/Equipos de Oficinas	91
Tabla 12 Activos fijos/Equipo de Computación.....	92
Tabla 13 Activos fijos/Infraestructura.....	92
Tabla 14 Activos Diferidos	92
Tabla 15 Inversión Inicial.....	93
Tabla 16 Tabla de Amortización	95
Tabla 17 Gastos de publicidad	96
Tabla 18 Pago de servicios básicos	96
Tabla 19 Gastos de nómina, gastos administrativos y gastos de ventas.....	96
Tabla 20 Depreciación de activos fijos.....	97
Tabla 21 Gastos de administración.....	97
Tabla 22 Costos de producción materiales indirectos	98
Tabla 23 Costo y gasto de producción.....	99
Tabla 24 Estimación de cientos vendidas.....	100
Tabla 25 Presupuesto de Ventas	101
Tabla 26 Valor actual neto.....	102

Índice de Gráficos

Grafico 1 Yuca en Ecuador	6
Grafico 2 Ciclo de la producción de la yuca	10
Grafico 3 Porcentaje de superficie sembrada de yuca fresca y su producción, según región y provincia del Ecuador.....	13
Grafico 4 Pregunta 1.....	58
Grafico 5 Pregunta 2.....	59
Grafico 6 Pregunta 3.....	60
Grafico 7 Pregunta 4.....	61
Grafico 8 Pregunta 5.....	62
Grafico 9 Pregunta 6.....	63
Grafico 10 Pregunta 7.....	64
Grafico 11 Pregunta 8.....	65
Grafico 12 Pregunta 9.....	66
Grafico 13 Pregunta 10.....	67
Grafico 14 Producción de yuca del cantón Sucúa	76

Índice de Imágenes

Figura 1 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas del Sector Snacks	16
Figura 2 4P del marketing mix	22
Figura 3 Cinco fuerzas de Porter	25
Figura 4 Las estrategias genéricas	27
Figura 5 Países exportadores de yuca (2019)	52
Figura 6 Exportaciones de yuca en Ecuador	53
Figura 7 Logo de la marca	77
Figura 8 Medidas del empaque del producto.....	79
Figura 9 Empaques de los snack de yuca	79
Figura 10 Localización de Cantón Sucúa en Ecuador	82
Figura 11 Localización de la procesadora de yuca en Daule -Guayaquil	83
Figura 12 Áreas de infraestructura y obra civil	84
Figura 13 Flujograma del proceso productivo.....	86
Figura 14 Flujograma del proceso productivo de muchines.....	87
Figura 15 Flujograma del proceso productivo de panes.....	87
Figura 16 Flujograma del proceso productivo de chifles	88
Figura 17 Proceso de exportación	89

Índice de Anexos

Anexo 1 Formato de encuesta	111
-----------------------------------	-----

CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACKS DE YUCA DE ECUADOR. CANTÓN SUCÚA AL MERCADO CANADIENSE EN EL PERIODO 2021 – 2022”

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante PABLO CRUZ VERA TRIGUERO ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático URKUND ANALYSIS.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

Resumen

El presente proyecto determina la factibilidad de producción y exportación de snacks de yuca de Ecuador del cantón Sucúa al mercado Canadiense en el periodo 2021 – 2022, para ello la producción de yuca está ubicada en la provincia de Morona Santiago cantón Sucúa, con un rendimiento mensual de entre 500 y 800 y con una tasa de crecimiento esperado del 25 % anualmente.

La empresa a crearse tendrá como objetivo formar parte de los más relevantes exportadores de snacks de yuca del país, la empresa se llamará ECUATROPICAL593 que será establecida como compañía ilimitada.

La exportación de snacks de yuca al mercado Canadiense se muestra como una opción de inversión atractiva con un monto de \$ 98.224,84 dólares el cual estará financiado por Banco de Pichincha de \$100,000.00 con una tasa de interés del 17%, con indicadores financieros positivos como VAN de \$ 274.750,57 dólares y una TIR de 11.03% dando como rentable y positivo este proyecto.

Palabras clave: Plan de Exportación, Mercado, Exportación, Indicadores Financieros

Abstract

This project determines the feasibility of production and export of cassava snacks from Ecuador from the Sucúa canton to the Canadian market in the period 2021 - 2022, for which the production of cassava is located in the province of Morona Santiago, Sucúa canton, with a monthly yield between 500 and 800 and with an expected growth rate of 25% per year.

The company to be created will have as its objective to be part of the most relevant exporters of cassava snacks in the country, the company will be called ECUATROPICAL593, which will be established as an unlimited company.

The export of cassava snacks to the Canadian market is shown as an attractive investment option with an amount of \$98,224.84 dollars which will be financed by Banco de Pichincha of \$100,000.00 with an interest rate of 17%, with positive financial indicators such as They go for \$274,750.57 dollars and the IRR of 11.03%, giving this project as profitable and positive.

Keywords: Export plan, Market, Export

Introducción

Para la elaboración de un trabajo es necesario tomar en cuenta los aspectos fundamentales que el mismo requiere, de manera que el resultado de este sea el deseado.

Para la presente tesina, se eligió como tema un “Plan de exportación de snacks de yuca de Ecuador del cantón Sucúa al mercado Canadiense en el periodo 2021 – 2022”, en base a un análisis se plasma la propuesta para la creación de una empresa de comercio exterior la cual se encargará de realizar la logística de la exportación tomando en cuenta la inversión y gastos que sean necesarios, los mismos que se recuperarán en las ventas.

“La yuca es un vegetal que ha tenido una gran acogida debido a sus características muy particulares, suelos bastante agrestes y gran resistencia a largas épocas de sequía y fácil cultivo, en los mercados internacionales se la utiliza en la cocina como base para sopas o como materia prima para la industria de almidones y la preparación de alimentos infantiles como la tapioca.”

La elaboración de productos derivados de la yuca es escasa, no se han desarrollado alternativas a nivel nacional para darle un valor agregado a ésta. En la Provincia de Sucúa existen microempresas dedicadas a la obtención de harina y almidón, los cuales son destinados como materia prima para la industria de balanceados y panificación.

Desde la antigüedad la humanidad aprendió a elaborar alimentos fermentados a partir de materias ricas en almidón. En África Occidental por ejemplo se elabora el “gari” (alimento fermentado obtenido de la yuca pelada y rallada). En Asia se consume el “miso” una pasta preparada a partir de cebada, arroz y soya; En América se obtienen bebidas como la “chicha”, el “champús”, así como bebidas alcohólicas elaboradas a partir de yuca, maíz y arroz. En Venezuela se elabora el “casabe” fuente calórica, rica en fibra y minerales. En ciertos países se muele comercialmente la yuca, en algunos de estos procesos el producto final es la “tapioca”, que es principalmente almidón de yuca. En África occidental se utiliza la yuca para preparar “fufu” que es un producto molido, fermentado y hervido.

Desde años atrás las comunidades, especialmente de la costa y oriente ecuatoriano conservan celosamente la técnica para la elaboración del pan de yuca, que es pan seco, llamado “casabe”. En la región costa especialmente en Manabí es utilizado para elaborar el “pan de yuca”, a pesar que no es consumido en todo el país, en la actualidad la empresa “Facundo” está elaborando dicho pan precocido con la finalidad de incorporarlo al mercado como un producto tradicional ecuatoriano (Valbuena, 2019).

De igual manera en las comunidades del oriente ecuatoriano, es utilizada para preparar la tradicional “Chicha de yuca”, la cual se elabora a partir de la yuca cocinada y aplastada. A pesar que esta raíz contiene un alto porcentaje de almidón, esta no se aprovecha mayormente en la industria de panificación, de igual manera no existen alternativas del aprovechamiento de ésta, cuando hay una sobre producción o no se ha podido comercializar.

La yuca es un producto que se cultiva en casi todas las provincias del país, lo que permite tener suficiente capacidad para abastecer el mercado extranjero mencionado y a la vez ha ido experimentando un crecimiento relativo dentro del total de las exportaciones ecuatorianas, lo que refuerza la idea del posicionamiento a nivel internacional que este producto ha adquirido.

Los snacks, bocaditos o pasa bocas, son alimentos de consumo impulsivo, es decir no es la necesidad en si lo que obliga al consumidor a comprarlos; si no el impulso, las ganas o el “antojo”. Es por eso que este tipo de producto puede llegar a un mayor número de personas y diversos segmentos del mercado.

Los snacks pueden ser de dulce o de sal, como por ejemplo entre los snacks dulces encontramos los chocolates y galletas; entre los snacks de sal se encuentran las papas, galletas saladas, chifles y hojuelas fritas de yuca o camote. Es por eso que la competencia de estos productos dentro del mercado es amplia.

Los snacks son alimentos que los consumen personas de todas las edades, desde niños hasta gente mayor, ya que, por su naturaleza, en la actualidad se los puede encontrar prácticamente en todas las tiendas y supermercados, y degustar a cualquier hora del día, lo

que años atrás no era tan marcado ya que la moda de los snacks tomo fuerza prácticamente al mismo tiempo que la comida rápida hace apenas pocos años atrás. Su valor nutricional puede ser amplio o no, dependiendo de la materia prima utilizada, pues muchos provienen de tubérculos que tienen un alto valor nutricional.

Se recalca que este tipo de alimentos no pueden reemplazar a la dieta básica diaria, pero si son un complemento que deleita a cualquier hora del día y cualquier lugar como ya mencionamos anteriormente.

Los tubérculos por tradición generacional son de gran importancia para muchas comunidades rurales, cuya alimentación se base en su cultivo y consumo doméstico. En muy corto tiempo los cultivos andinos, en este caso especial los tubérculos y las raíces, jugaran un papel muy importante en las economías campesinas, principalmente de subsistencia, garantizando así la seguridad alimentaria.

Esta investigación propuso una alternativa para darle un valor agregado a la yuca, así como también satisfacer las exigencias del mercado, esto es proveer al cliente de muchines, chifles y pan precosidos para que termine con la cocción en su hogar y de esta manera disponer de pan fresco de excelente calidad a cualquier hora del día. Dando como consecuencia que a nivel de productor ya podría eliminarse los excedentes de pan que no se ha vendido, y a nivel de consumidor, no tenga pan guardado de un día para otro u otros.

Formulación del Problema

¿Cómo mejorar la competitividad de los productores del país, mediante el desarrollo de un Plan de Exportación de un producto tecnificado en base a los snack's de yuca, para el mercado de canadiense?

En la actualidad las hectáreas de yuca sembrada en el país oscilan en promedio entre treinta y treinta y cinco mil hectáreas por año respectivamente, las cuales tienen una productividad entre quinientas cincuenta y setecientas mil toneladas por año, distribuido en la demanda en un 50% alimentación humana, 15% alimentación animal, 5% en la industria procesada, y un

30% restante que se pierde, con una mediación que va desde el productor, intermediario mayorista, minorista y consumidor final. Esto sin quitarle importancia a que hay canales de solo el productor y el consumidor final. El tratamiento que se le da a este producto desde su cultivo hasta el consumidor final no le generan valor y por ende importancia al mismo, desperdiciando todo el valor nutritivo y económico de este tubérculo. Basados en esta información se genera el siguiente interrogante: ¿Es posible aprovechar este excedente del 30% de la producción que se desperdicia en la actualidad para convertirlo en un proyecto empresarial de exportación?

La yuca es la séptima mayor fuente de alimentos básicos del mundo, con un alto valor alimentario, facilidad adaptación a diversos climas, gran potencial productivo sin embargo no ha logrado desarrollar plenamente su potencial a nivel comercial. La yuca en Ecuador, es un cultivo tradicional que se lo realiza por familias de escasos recursos económicos, las mismas que por falta de conocimiento con relación a las plagas y para aplicar nuevas tecnologías de producción han contribuido que la producción no se desarrolle plenamente. Sin embargo, la calidad que se produce en algunas partes del Ecuador son de buena calidad.

La preferencia hacia un mercado global marca un nuevo esquema competitivo para todo tipo de empresas. Es por ello que el presente proyecto tiene como finalidad ofrecer un producto de exportación como es el almidón de yuca al mercado canadiense ya que se utiliza como: alimento para animales, industrias alimenticias (fideos, panaderías, base para sopas, carnes, base de bebidas). En el Ecuador el almidón de yuca es uno de los productos con mejor proyección comercial.

Formulación del Objetivo General

Realizar un plan de exportación de snacks de yuca, determinando las condiciones y normativas requeridas para introducir y comercializar el producto al mercado Canadiense en el periodo 2021 – 2022.

La presente investigación contiene tres capítulos los cuales se detallan a continuación: se establece los métodos, técnicas y materiales que me permitió desarrollar la tesis, seguida de la fundamentación teórica en donde se describe en forma ordenada y sistemática conceptos

relacionados con el tema.

En el Capítulo I designado Fundamentación, el mismo que consta de cuatro partes la primera que es el Marco histórico, teórico, conceptual y legal donde constan los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica y legal, las categorías fundamentales y la fundamentación científica de las variables. La segunda parte de este Capítulo es el Marco Teórico Contextual; donde se detalla el lugar donde se efectuará el proyecto, la hipótesis central y señalamiento de las variables.

El siguiente apartado es el Capítulo II nombrado la Metodología; en esta sección se detalla los tipos de investigación la selección y extracción de la muestra, las técnicas de la recolección de datos y los métodos empleados para recopilar la información.

Y por último en el Capítulo III que se denomina La Propuesta; el mismo que consta de los siguientes puntos datos informativos, antecedentes de la propuesta, justificación, objetivos, análisis de la factibilidad, fundamentación, metodología, modelo operativo, Administración, previsión de la evaluación y los resultados esperados.

Conclusiones y recomendaciones, donde se procede a la redacción de las conclusiones del capítulo anterior y posteriormente las recomendaciones.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN

1.1 Marco Histórico

1.1.1 Ficha Técnica de la Yuca

Grafico 1 Yuca en Ecuador



Fuente: (Yánez, 2017, pág. 21)

Tabla 1 Clasificación científica

Nombre Científico:	Manihot esculenta Crantz
Reino:	Plantae
División:	Magnoliophyta
Clase:	Magnoliopsida
Orden:	Euphorbiales
Familia:	Euphorbiaceae
Subfamilia:	Crotonoideae
Tribu:	Manihoteae
Género:	Manihot
Especie:	Manihot esculenta

Fuente: (Yánez, 2017, pág. 21)

Realizado por: Pablo Vera

1.1.1.1 Características de la Yuca

La característica principal de este cultivo es que permite su total utilización, el tallo para su propagación vegetativa; sus hojas son medicinales, y las raíces para el consumo en fresco, la agroindustria, o la exportación. La yuca es un cultivo perenne con alta producción de raíces como fuente de carbohidratos y follajes para la elaboración de harinas con alto porcentaje de proteínas. (Yáñez, 2017, pág. 21)

Su carácter es de planta rústica, las condiciones favorables de nuestro país hacen que ésta se produzca en todo el año, y sus cultivares son de muy buena calidad, por lo tanto, éstas son algunas bondades que deben tomarse en cuenta. Como cultivo, la producción de yuca tiene ventajas, como su gran rendimiento por hectárea, tolerancia a la sequía y suelos degradados y una gran flexibilidad para la siembra y la cosecha. (Yáñez, 2017, pág. 21)

1.1.1.2 Potencialidades del Producto

- Tubérculo con un alto contenido nutricional.
- Alta productividad y rentabilidad.
- Gran tolerancia a condiciones y suelos no ideales de cultivo.
- Tolerancia en condiciones de sequía.
- Puede ser almacenada como reserva sin mayor deterioro, y facilidades de cultivo.

1.1.1.3 Propiedades y Beneficios del Consumo de Yuca

La yuca es un alimento apropiado para todas las edades. Gracias a su aporte de energía está especialmente indicada para personas que desarrollen una actividad que les produzca un gran desgaste físico, como los deportistas. (Benacer, 2018)

La Yuca es rico en hidratos de carbono, componentes que aportan un alto porcentaje de energía al cuerpo, ideal para los deportistas o aquellas situaciones en la que se requiere un gran desgaste físico y mental, sobre todo en la etapa de crecimiento de los jóvenes y niños. Además, es un alimento recomendado para quienes quieren reducir de peso, gracias a su baja grasa, o

sufren de trastornos digestivos como gastritis, acidez estomacal, úlcera o colitis, debido que es un tubérculo de fácil digestión. (Benacer, 2018)

Su consumo beneficia a aquellas personas que padecen de celiaquía (condición del sistema inmunitario que rechaza el gluten), dado que no posee dicha sustancia proteica. Asimismo, ayuda a las mujeres durante el embarazo y la lactancia, debido a su contenido de vitamina B9 (ácido fólico). (Benacer, 2018)

Otro de sus beneficios es que, como no contiene gluten, los celíacos pueden comerla sin problema. La tapioca, que es el almidón extraído de la yuca, es muy digestiva y también es rica en hidratos de carbono y energía, por lo que se recomienda su consumo en niños y ancianos, y también para aquellas personas con trastornos gastrointestinales como acidez, gastritis o colitis.

1.1.1.4 Composición Nutricional de la Yuca

Es un tubérculo que ha alcanzado gran popularidad a nivel mundial, debido a sus propiedades nutricionales similares a la papa. Un alimento con un alto contenido de hidrato de carbono, molécula orgánica que aporta mucha energía. Además, es rica en vitaminas y minerales, compuestos esenciales para un óptimo desarrollo y crecimiento del organismo. (Fretes & Mendoza, 2010)

Tabla 2 Composición nutricional de la yuca

Composición nutritiva	
Valor energético (kcal)	132.0
Agua (%)	65.2
Proteína (%)	1.0
Grasa (%)	0.4
Carbohidratos totales (%)	32.8
Fibra (%)	1.0
Cenizas (%)	0.6
Calcio (mg)	40.0
Fósforo (mg)	34.0
Hierro (mg)	1.4
Tiamina (mg)	0.05

Riboflavina (mg)	0.04
Niacina (mg)	0.60
Ácido ascórbico (mg)	19.0
Porción no comestible (%)	32.0

Fuente: (Fretes & Mendoza, 2010)

Realizado por: Pablo Vera

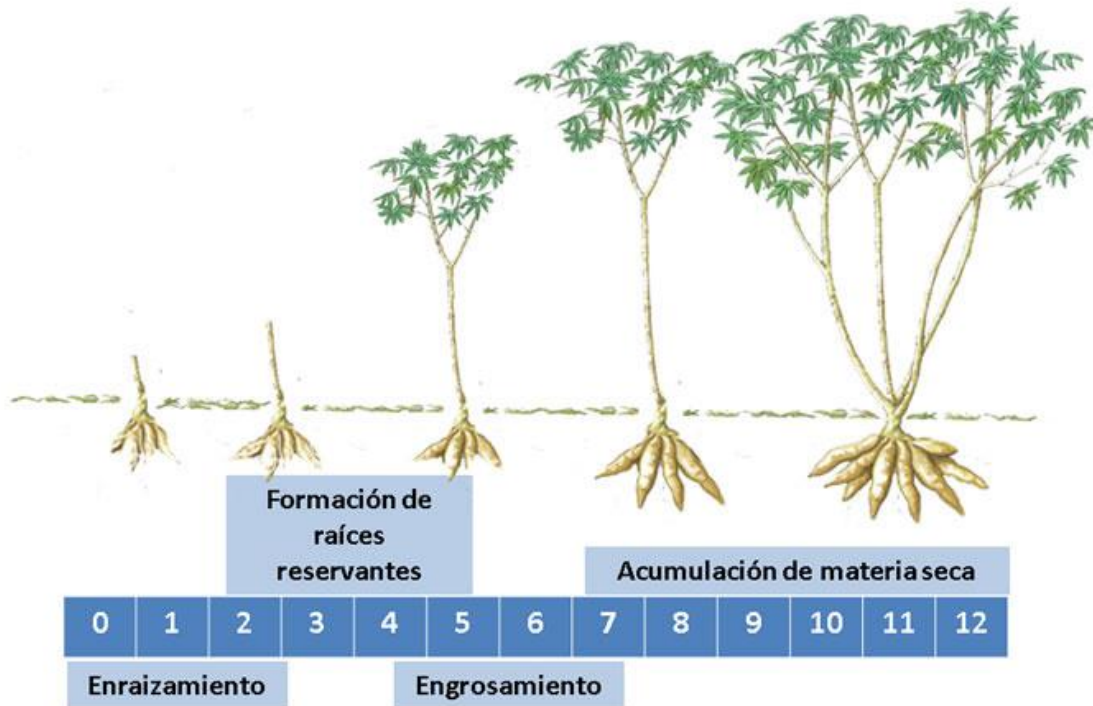
1.1.1.5 Ciclo de la Producción de la Yuca

La planta de yuca, presenta dos fases o ciclos de desarrollo, cada ciclo posee cuatro etapas de desarrollo de los diferentes órganos, los cuales son:

- **Primer ciclo de vegetación:** Brotación de las estacas las primeras raíces se forman a nivel de los nudos de las estacas (5 a 7 días después de la plantación), pocos días después se forman los tallos aéreos; a los 10 -12 días se desarrollan las hojas, considerándose constituida esta etapa de brotación en los primeros 15 días, seguido la formación del sistema radicular; este se forma a los 2,5 meses de plantado el cultivo, desapareciendo las primeras y consolidándose las segundas o reservantes, luego es el desarrollo de tallos y hojas; En los primeros 3 meses los tallos adquieren el aspecto típico de la planta, con la generación profusa de hojas. (Brenes, 2017)
- **Engrosamiento de las raíces;** durante este periodo de 5 meses, ocurre la acumulación de almidón en las raíces reservantes, con la aparición de más follaje y sobre todo más hojas, Luego de los 5 meses, la planta entra en reposo, al disminuir la actividad vegetativa, aunque el almidón sigue acumulándose en las raíces. (Brenes, 2017)
- **Segundo ciclo de vegetación:** se forman nuevos tallos, a los doce meses después, ocurriendo el engrosamiento de las raíces y la lignificación de las ramas. A esta etapa, la planta pierde las hojas luego de amarillear, y a nivel del pie de la planta en el terreno, este se agrieta. (Brenes, 2017)
-

La planta entra en reposo, con estas señas, indica que esta lista para la cosecha.

Grafico 2 Ciclo de la producción de la yuca



Fuente: (Brenes, 2017, págs. 32-36)

1.1.2 Reseña Histórica

El Ecuador se concentra en la producción de yuca para consumo interno y destina parte de su producción también a la exportación, los principales destinos son Colombia y Estados Unidos, cuya participación al año 2002 fue superior al 70% de la oferta total exportable. El mercado del Reino Unido por el contrario se encuentra en tercer lugar con una participación sustancialmente menor como destino de las exportaciones ecuatorianas, el 9% de acuerdo a los datos obtenidos en la CORPEI. En el país el crecimiento de la producción de este vegetal ha sido entre el 2003 y 2007 del 13,88% de acuerdo a datos del INIAP, lo que ha potencializado su exportación y a la introducción de variantes menos ácidas y mejor apetecidas por el mercado internacional.

El Ecuador tiene la oportunidad para llegar a un mayor mercado internacional con la

exportación de snacks elaborados a base de verduras y vegetales, ya que cuenta con la capacidad para la producción de la materia prima para la elaboración de este producto de manera natural y sin recurrir a mayores costos como lo dice: (Montenegro, 2015, pág. 21) “El Comercio Internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma eficiente y con menores costos”. 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 de país lo que se convertiría en una ventaja para el país. (PRO ECUADOR, 2015)

Paralelamente esta industria ha venido trabajando en atender las demandas del mercado internacional por lo que hay varias empresas locales que han desarrollado una línea de snacks gourmet con presentaciones diferentes y llamativas; y uso de ingredientes naturales en la preparación de sus productos (sal marina y especias naturales) promoviendo así productos más saludables. Los chifles de plátano sin duda alguna son los más producidos para consumo local y para exportación. Dado que el plátano es un producto emblemático de la cultura ecuatoriana especialmente en la región costa por lo que es apetecido. (PRO ECUADOR, 2015)

Las empresas ecuatorianas que deseen entrar al mercado internacional deben definir cuáles serán sus canales de exportación más adecuados para incursionar en el exterior, de esto dependerá mucho el éxito o el fracaso de la empresa como lo dice: (CEPAL, 2020) los canales de exportación la empresa tiene que decidir que funciones va a dejar en mano de agentes externos. Aunque los canales de exportación pueden adoptar distintas formas, se van a identificar 3 tipos fundamentales: Indirectos, directos y cooperativos.

1.1.3 Principales Usos de la Yuca que se Exporta de Ecuador al Mercado de Canadá

La yuca en el Ecuador es un alimento destinado para el consumo humano y animal. En el caso de la industria alimentaria principalmente se la utiliza para la elaboración de harina y

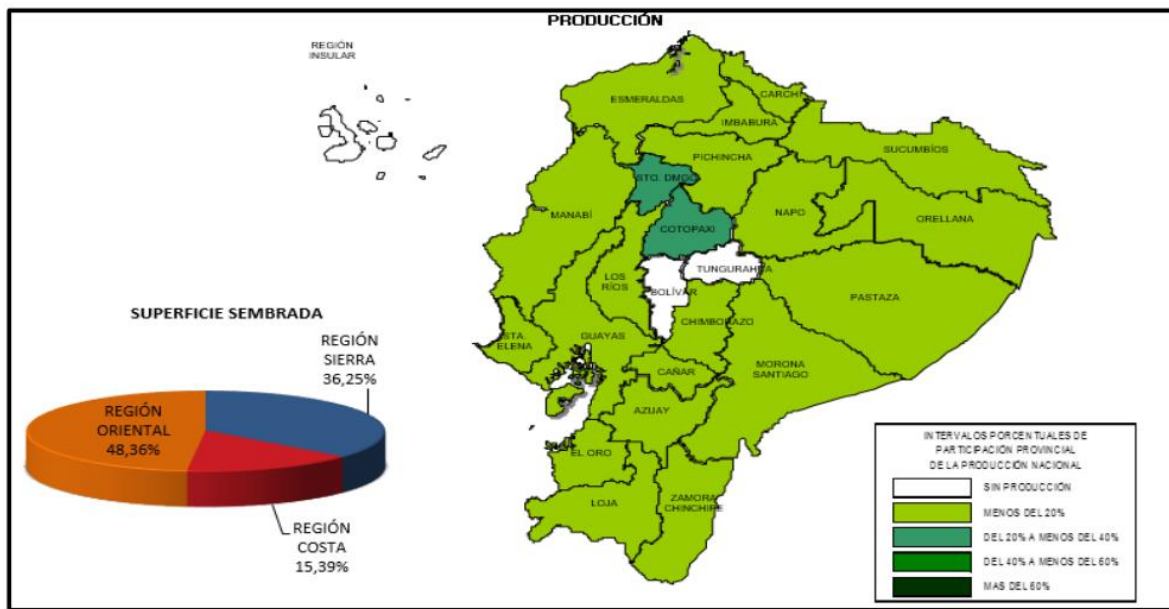
almidón (Muñoz., Hinostroza, & Mendoza, 2017, págs. 4-18). Este último tiene más énfasis debido a sus propiedades que son útiles para elaborar productos fermentados, de panadería, repostería y pastelería o para uso culinario. Otra alternativa es la exportación de la yuca fresca o deshidratada a países como Estados Unidos, Canadá, Colombia, Puerto Rico y Países europeos (Serna, Ponce, & Oña, 2019, págs. 1-28)

El consumo de la yuca en nuestro país es muy importante en la comida tradicional, comúnmente su preparación consiste en pelar su cáscara, lavar su pulpa y hervirla en agua entre 10 a 40 minutos para poderla consumir (García, 2014, págs. 8-10), pero para darle una mejor textura y sabor se la puede freír. Es por eso que, con este antecedente la industria utiliza esta materia prima para la elaboración de productos fritos o snacks.

1.1.4 Distribución Geográfica de Yuca en el Ecuador

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEN, 2018, pág. 18) , en Ecuador existen de 27 mil a 30 mil ha de yuca, y se considera un cultivo limpio que no demanda el uso de productos químicos. La yuca se produce en Manabí, Loja, Santo Domingo, y en las comunidades Shuar de la Amazonía, donde se identificaron variedades cuyas hojas tienen hasta un 26 % de proteína y que también son consumidas. En la Grafica 1 se presenta la superficie sembrada de yuca en Ecuador y su producción anual (INEN, 2018, pág. 18).

Grafico 3 Porcentaje de superficie sembrada de yuca fresca y su producción, según región y provincia del Ecuador



Fuente: (INEN, 2018, pág. 18)

1.1.5 Variedad del Producto

Tradicionalmente los genotipos de yuca han sido divididos por el color de sus raíces en tres grupos: "Las Negras" que se caracterizan por poseer tallo, peridermis de color oscuro y pulpa blanca, pudiendo tener el esclerénquima de color morado o blanco cremoso, característica importante para su uso en fresco o para el procesamiento. Pertenecen a este grupo:

- **Primer grupo:** "la Escancela" "Pata de paloma" "Patucha." De exportación: "Morada" "Valencia" y las dos variedades liberadas por (García, 2014). Es de destacar que este grupo presenta mayores rendimientos, teniendo preferencia en los mercados nacionales e Internacionales.
- **El segundo grupo:** de "Las Blancas",' presenta tallo y peridermis de colores claros y pulpa blanca. Pertenecen a este grupo "la Taureña",' "Espada" y "Blanca",' utilizadas principalmente para consumo en fresco. (García, 2014)
- **El tercer grupo:** de "Las Amarillas",' conformado por materiales que presentan tallos de colores claros u oscuros, diferenciándose de los grupos anteriores por el

color de pulpa, el que puede ser amarillo, crema o blanco cremoso. Son ejemplos de este grupo la "Yema de huevo" "Crema" y "Amarilla". Estos materiales se vienen utilizando en la zona de Santo Domingo de Los Tsáchilas para la elaboración de trozos de yuca y chifles. (García, 2014)

1.1.6 Acuerdos Comerciales

1.1.6.1 Organizaciones de Comercio Mundial

Canadá es parte del sistema de comercio mundial como miembro en diferentes organizaciones de comercio internacional, incluyendo a World Trade organization, World Customs Organization y Codex Alimentarius. (Trade Facilitation Office Canada, 2016). Organizaciones de Comercio Mundial

1.1.6.2 Acuerdos de Libre Comercio

Canadá es parte de varios Acuerdos de Libre Comercio (ALC) bilaterales, multilaterales y regionales. Los exportadores de un país que tiene un ALC con Canadá se benefician de la reducción o eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio, lo que puede hacer que su producto sea más competitivo en Canadá. En la actualidad Canadá tiene once ALCs en efecto, que cubren a 43 países y más de la mitad de la economía global. Desde 2009, Canadá ha negociado siete nuevos ALC bilaterales con Perú, Colombia, Jordania, Panamá, Honduras, Corea del Sur y el más reciente con Ucrania. (Trade Facilitation Office Canada , 2016) Tal como se muestra en el cuadro N. 5, la lista completa de ALCs en efecto o que están siendo negociados. (Trade Facilitation Office Canada , 2016)

1.1.7 Plan de Exportación

El Plan Exportador es un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior. (Sandoval & Yesica Paola Ruiz, 2016)

Un plan de exportación es una herramienta fundamental en el proceso de internacionalización de mercados convirtiéndose en una guía básica e indispensable para

alcanzar el objetivo deseado. Para que una empresa internacionalice su mercado exitosamente se deben hacer una serie de actividades, que debe contener en el plan de exportación como los son: la investigación de mercados, sus diferentes restricciones al producto a exportar y la referencia arancelaria que se tiene con respecto al producto. (Sandoval & Yesica Paola Ruiz, 2016, pág. 19)

Además, para la realización de un plan de exportación debemos hacer un análisis del entorno en el mercado extranjero lo que nos permite identificar si las organizaciones tienen la capacidad exportadora para ingresar en nuevos mercados, y la competitividad que tiene con respecto a las otras empresas exportadoras. (pág. 22)

1.1.8 Distribución el Sistema de Cultivo

La yuca ha sido cultivada en Sudamérica desde mucho antes de la Colonia; se cree originaria de Brasil. En el Ecuador, se la cultiva principalmente en las llanuras tropicales, pero los cultivos están localizados en todas las provincias del país, inclusive en Galápagos. La yuca tiene muchas ventajas para los agricultores de bajos ingresos, ya que se da en suelos pobres o en tierras marginales donde no se pueden producir otros cultivos. (Vivas, 2020)

Ecuador por sus condiciones climáticas y territoriales presenta un potencial ámbito de producción, En la actualidad el cultivo se desarrolla en las estribaciones exteriores de la cordillera, pie de monte, llanuras tropicales, en todas las provincias del Ecuador incluido las Islas Galápagos. Desde ya hace mucho tiempo la producción de yuca ha sido tradicional en el Ecuador, en el litoral y subtropico, desde hace algunos años comercialmente en el oriente ecuatoriano. En algunas zonas de Manabí, Sucúa y Esmeraldas se organizaron las denominadas Asociaciones de Pequeños Productores de Yuca, APPYS y una unión de organizaciones denominada UAPPY. (págs. 19-20-21)

1.1.9 Infraestructura de las Áreas de Cultivo de la Yuca en Ecuador

La yuca en Ecuador, se produce en la costa occidental en las regiones agroclimáticas, la siembra generalmente como cultivo de subsistencia en superficies de 0.25 a 5.0 hectáreas, sin

utilizar tecnologías mejoradas y de preferencia intercalada con maíz.

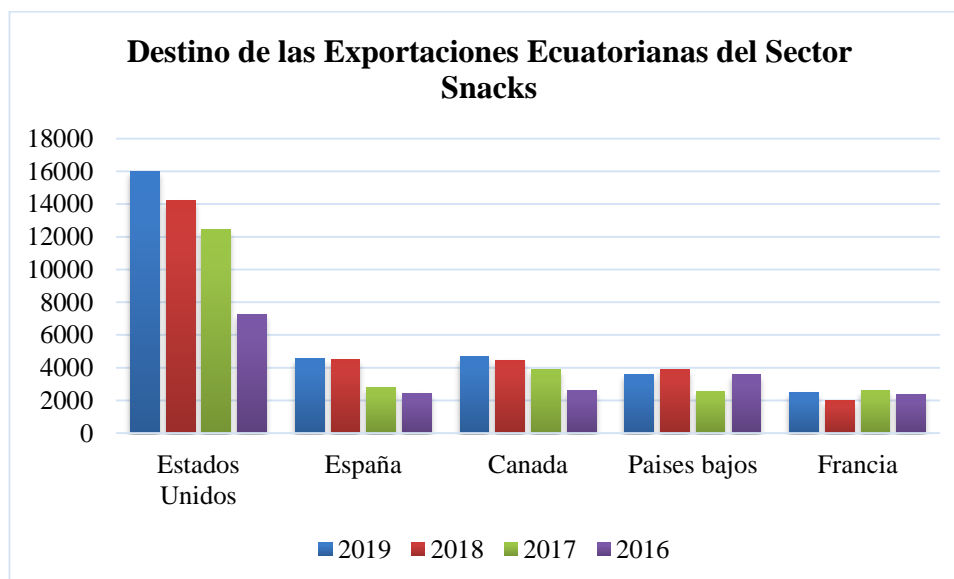
Según la (INIAP, 2014) la yuca es cultivado por pequeños trabajadores de bajos ingresos económicos, ya que se cultiva en suelos pobres o en tierras marginales. Demanda de pocos fertilizantes, plaguicidas y agua; Es un cultivo de subsistencia por su alta producción de calorías por unidades de área, por la cantidad de mano de obra requerida en el cultivo, por la estabilidad de sus rendimientos y por el largo periodo de cosecha potencial (8 y 24 meses después de la siembra). Por ser una fuente barata de calorías tiene acogida entre los consumidores rurales y urbanos, es considerado como un producto prioritario en la seguridad alimentaria.

1.1.10 Estadísticas de Exportación de Yuca

1.1.10.1 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas del Sector

Durante el período 2016-2019 los principales destinos de exportación de snacks ecuatorianos de la partida arancelaria 2005.99.90.00, fueron Estados Unidos, España, Canadá, Países bajos y Francia. (Pro Ecuador, 2019)

Figura 1 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas del Sector Snacks



Fuente: (Trade Map, 2020)

Realizado por: Pablo Vera

Analizando los principales países de destino de las exportaciones de estos productos, hasta julio de 2019, se observó que los países ya mencionados se ubican entre los principales lugares; Estados Unidos tiene una mayor participación, al igual que España y Canadá. (Pro Ecuador, 2019)

Las transacciones destinadas a España están influenciadas por un mercado nostálgico principalmente ecuatoriano. Reportes y alertas por parte de las Oficinas Comerciales de PRO ECUADOR en Europa indican que existe un crecimiento de la demanda de los consumidores europeos, que en visitas o viajes a Sudamérica ya reconocen este producto y tienen inclinación por volver a consumirlo. (Pro Ecuador, 2019)

Es importante acotar que se vienen realizando varios eventos donde se promociona estos productos, característicos de nuestro país, lo que se refleja en la apertura de nuevos mercados como los Emiratos Árabes Unidos, Suecia, Uruguay donde si bien los montos de exportación son pequeños se ha logrado ya iniciar un comercio. (Pro Ecuador, 2019)

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Teoría Mercantilista

Según (Smith, 1776, págs. 103-104) sostuvo que la riqueza de una nación se reflejaba en su capacidad para producir bienes y servicios y no en la cantidad de metales preciosos que pudiera acumular. Para Smith, nuevamente en contraposición a los mercantilistas, era poco necesario el control gubernamental de la economía y enfatizó que una política gubernamental del liberalismo económico generaría las condiciones propicias para maximizar la riqueza de la nación.

La teoría mercantilista tiene como meta defender el poder legislativo, ejecutivo y judicial. Se refiere a que el Estado Ecuatoriano debe conservar su patrimonio adentro del país, pero en el caso de que se llevara a cabo la exportación de los bienes, producto o servicios se debe velar y fortalecer que las importaciones que se lleve a cabo a los diferentes países este estrictamente reguladas para que ambos países ganen ya que muchos dicen que, el comercio exterior se conoce mucho que cuando un país gana el otro pierde. En el caso de Ecuador las exportaciones tienen pocas limitaciones y restricciones legales para realizar a cabo este proceso e incluso los productos exportados son más baratos a comparación de otros países que cuando se quiere

importar productos de China o Estados Unidos es muy difícil cumplir con todos los requerimientos que el país pide y los productos que se importa se triplica el precio.

Es ahí cuando se dice que un país se beneficia más que otro ya que el estado ecuatoriano subsidia las exportaciones y los países que importa sus estados no subsidia sus envíos a nuestro país por lo que sus productos llega a costarnos el doble de su precio comercializado en su país donde se produce.

1.2.2

Teoría de la Ventaja

Absoluta

Para (Darío Ibarra, 2016) En la teoría establecida por Adam Smith e el año 1776 establece que si cada país se especializa en la producción de aquellos bienes en los cuales tiene una ventaja absoluta es decir, que puede producir de forma más eficiente que otros países e importa aquellos otros bienes en los que tuviera una desventaja absoluta es decir, que existe otro país que produce de forma más eficiente, se producirá una mejora en el bienestar económico de los distintos países. (págs. 61-79)

Según la teoría de la ventaja absoluta se tiene mucho que ver con la mano de obra o a los recursos naturales que tiene el país, como ejemplo se cita que nuestro país carece de mano de obra, pero se tiene en abundancia la riqueza de los recursos naturales, las características climáticas y las pocas estaciones que está compuesta y eso es tomado como la ventaja absoluta del Ecuador. Un ejemplo será de gran utilidad para entender lo planteado por Adam Smith en su teoría de la ventaja absoluta.

Supongamos que la economía mundial está compuesta únicamente por dos países, Ecuador y Estados Unidos; cada uno produce dos bienes, yuca y girasoles respectivamente, que apetecen consumir los ciudadanos de ambos países. Cada país dispone de una cantidad dada de trabajo, mano de obra, climas característicos, suelos, horas de trabajo que cada país está compuesto.

Estados Unidos requiere dos horas de trabajo para producir el bien yuca, a comparación a una hora que requiere Ecuador. Por el contrario, Ecuador requiere cuatro horas de trabajo para producir girasoles mientras que Estados Unidos solo necesita dos horas para producir girasoles.

Por tanto, Ecuador es más eficiente, tiene ventaja absoluta en la producción de yuca, mientras que el Estados Unidos es más eficiente, tiene ventaja absoluta en la producción de girasoles.

1.2.3 Teoría de la Ventaja Comparativa

(David Ricardo, 1999) resolvió las restricciones del enfoque de Smith, y recomienda, en esas circunstancias, la especialización de cada país en la producción del bien en el que tiene ventaja comparativa y a continuación el intercambio mutuo del incremento de las cantidades obtenidas. De este modo, ambos países disfrutarán, por el mismo coste, de más cantidad de bienes. Este principio es su gran contribución al análisis económico, puesto que, en determinadas circunstancias, con él se demuestran las ventajas mutuas del comercio; aunque su eficacia práctica quede muy restringida: sólo a los acuerdos comerciales bilaterales cuando existan esas determinadas circunstancias. (págs. 219-220)

El comercio exterior tiene mucho que ver con la tecnología ya que, si un país que consigue producir productos de calidad debe especializarse de igual manera e su optimización. Por ejemplo, si Ecuador produce café mejor que México, Ecuador deberá especializarse en la producción de café y sus derivados, para ello Ecuador con 100 trabajadores en todo su proceso logístico produce un saco de café y en México, suponiendo otra situación productiva distinta, con 130 trabajadores obtiene un saco de café, obviamente, según la teoría del valor-trabajo, en Ecuador la producción es absolutamente más barata que en México ya que requiere menor tiempo, menos mano de obra y de igual manera México puede ofrecer e importar el tequila ya que a ello la producción es más barata pero Ecuador le hace falta y compra ya que el producir sería costoso y con más tiempo en su elaboración esa es la ventaja comparativa ya que es el resultado de sus ventajas absolutas, se debería hacer un estudio de mercado con relación al costo-tiempo y determinar si es mejor producir o importar con la finalidad de obtener ingresos económicos y no pérdidas.

1.2.4 Teoría de la Ventaja Competitiva

Según (Michael E. Porter, 1985) la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente,

con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión. Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

La ventaja competitiva de la empresa, organización, industria nace de un proceso continuo de innovación, es decir que una empresa no solo debe enfocarse en la exportación de la materia prima de su producto, sino que ver más allá y exportar sus derivados o productos innovados y nuevos a partir de la materia prima, como ejemplo el cantón Sucua exporta la yuca es rentable ya que existe demanda y o solo se limita enviar un producto sino que también envía snack productos procesados y elaborados a partir de la yuca esa es la ventaja competitiva ofrecer productos nuevos que se puede llevar a cabo ya que en el caso de Estados Unidos exporta la yuca de Ecuador y ellos elaboran el almidón de yuca, pan de yuca, jugos de yuca etc. y nos los venden pero a precios altos.

Eso es lo que se busca y se necesita que Ecuador sea más rentable e innovador para ser competitivos con los mercados internacionales ya que se tiene la materia prima necesaria que a otros países les hace falta.

1.2.5 Modelo de la Dotación de los Factores de Producción

El modelo fue desarrollado por dos suizos (Eli Heckscher y Bertil Ohlin, 1977). La teoría pone énfasis en la interrelación entre la proporción en la cual los factores de producción están disponibles en los diferentes países y la proporción en la que son utilizados en la producción de diferentes bienes.

El modelo manifiesta que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país, la relativa abundancia de los factores de producción, y la tecnología. Es la interacción entre la abundancia y la intensidad con la cual son explotados esos recursos, la fuente de ventajas comparativas.

Se cree que la economía de cada país produce dos productos y que, para producir esos

productos, se necesitan dos componentes de producción. Los mismos componentes son utilizados en ambas producciones; por ejemplo: Ecuador produce flores y frutas. La producción de estos productos con alta demanda internacional está limitada a la oferta de trabajo y a la tierra entonces se debe a emplear una adecuada optimización de los factores que involucre la producción de los productos.

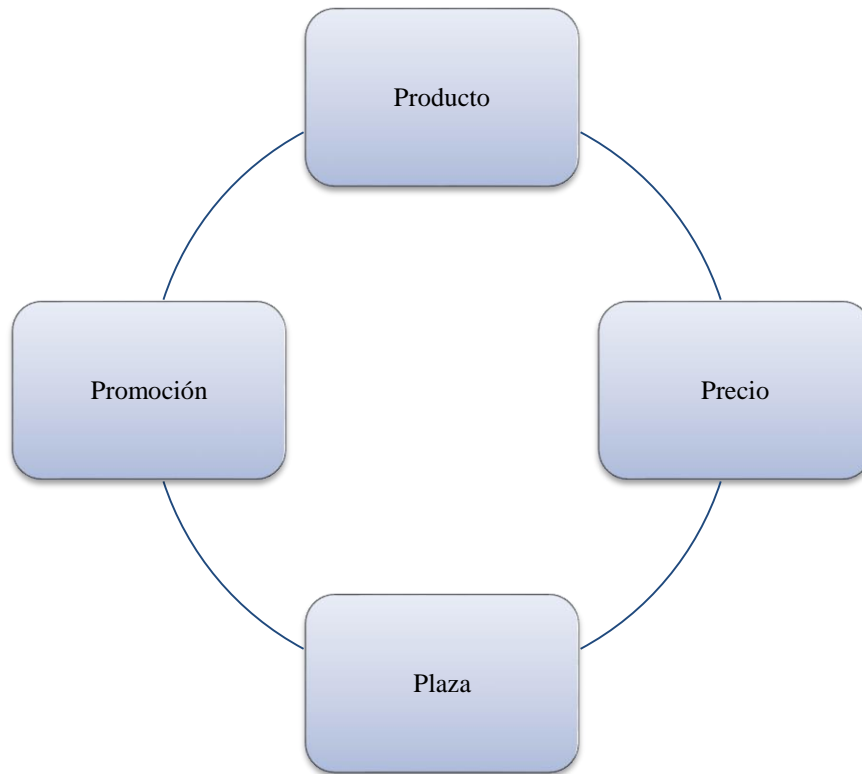
Otro ejemplo, pensemos a un agricultor, que no sabe y tiene una contradicción para producir papas o maíz. La decisión entre sembrar más alimentos por hectárea está sujeta a su disposición a utilizar más mano de obra para preparar el suelo o utilizar menos tierra y más trabajo por unidad de producto.

1.2.6 Marketing Mix

Ya en 1960 es que el profesor Jerome McCarthy encierra como las bases del de marketing las famosas “4 P” producto, precio plaza y promoción donde se estudian a profundidad cada una de estas variables con el fin de alcanzar los objetivos comerciales de las empresas que lo apliquen, como objetivo estudiar la conducta de los mercados a los que se quiere llegar y de los consumidores, para crear estrategias fidelizar a los consumidores satisfaciendo de sus necesidades.

El marketing mix es un conjunto de herramientas de marketing tácticas y controladas que la empresa utiliza para obtener la respuesta deseada en el mercado objetivo. Cubre todo lo que una empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. También es una herramienta para ayudar en la planificación y ejecución de actividades de marketing (Prettel, 2016)

Figura 2 4P del marketing mix



Fuente: (Prettel, 2016)

Realizado por: Pablo Vera

- **Producto:** el producto debería satisfacer las necesidades existentes de los consumidores. O el producto puede ser tan atractivo que los consumidores creen que lo poseen y crean una nueva demanda. Para tener éxito, los especialistas en marketing deben comprender el ciclo de vida del producto y los directores ejecutivos deben tener un plan de gestión del producto para cada etapa del ciclo de vida del producto. El tipo de producto también determina en parte cuánto pueden cobrar las empresas por él, dónde colocarlo y cómo comercializarlo. Esta táctica se trata del producto o servicio y cómo usarlo para obtener ganancias. A qué prestar atención: (Díaz, 2010)
 - Marca, empaque y producto o desarrollo actuales
 - Funciones y beneficios ofrecidos

- Productos o servicios derivados.
 - Lista de precios para su producto o servicio
- **Precio:** El precio es un elemento fundamental de cualquier estrategia de marketing. Elegir el precio correcto para un producto o servicio lo ayuda a maximizar sus ganancias y a construir relaciones sólidas con sus clientes. Gracias a una valoración eficaz, también evitará las graves consecuencias económicas que pueden derivarse de una valoración incorrecta:
 - Muy poco beneficio.
 - Alto: la rotación es muy baja.
- **Punto de Venta:** Estos son los canales y lugares donde vende el producto, información relacionada y servicios de soporte, básicamente donde puede comprar el producto. La posición correcta puede ser un factor importante para un cliente al comprar una posición específica. La investigación de mercado puede ayudarlo a encontrar dónde está comprando su cliente ideal. Los canales de distribución pueden ser:
 - Un lugar físico, como una tienda minorista.
 - Una tienda en línea
 - Exportaciones
 - Redes sociales.
- **Promoción:** La publicidad es la forma en que se anuncia y promueve una empresa. No importa qué tan bueno sea el trato, si no se anuncia y se les dice a los clientes que existe, es poco probable que haya muchas ventas. La promoción es la publicidad se trata de conseguir que las personas adecuadas aprovechen y reutilicen su negocio. Existen varias técnicas para promocionar que puedes combinar y utilizar de diferentes formas para crear la estrategia más rentable para tus necesidades. Por ejemplo:
 - En línea
 - Marca

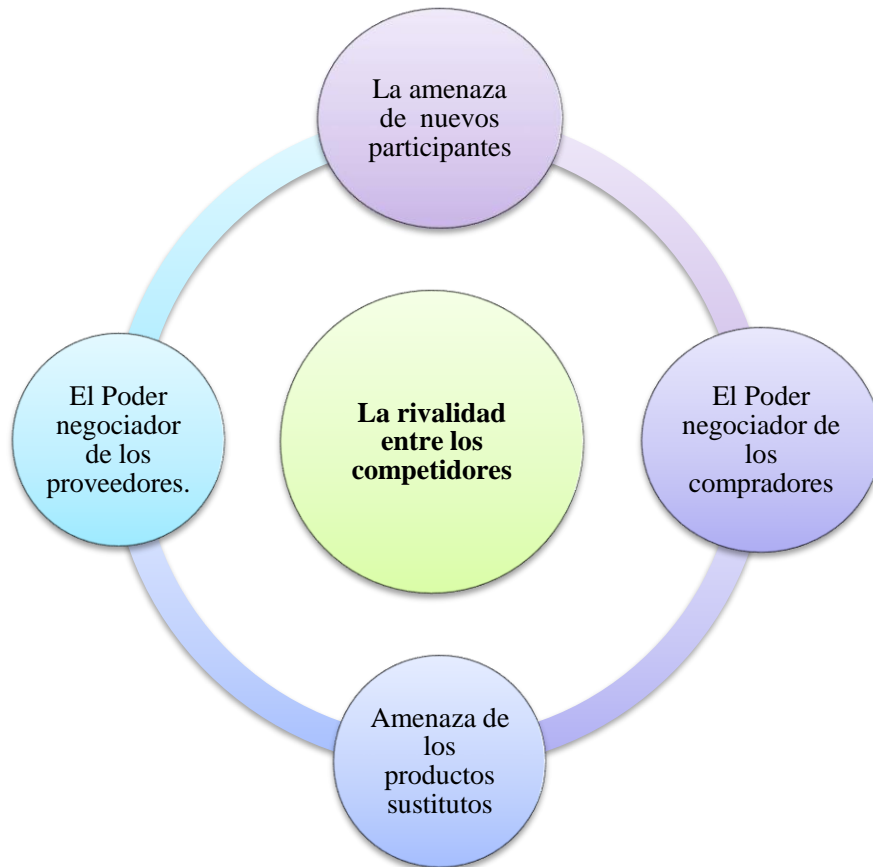
- Relaciones públicas
- Publicidad.

1.2.7 Cinco Fuerzas de Porter

Según (Michael . E.Porter, 1980) sostiene en su primer libro “Estrategia Competitiva” que el potencial de rentabilidad de una empresa viene definido por cinco fuerzas ya que partir de ahí, estarán en condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que potencien sus oportunidad o fortalezas para hacer frente a las amenazas y debilidades.

Las cinco fuerzas de Porter permite distinguir el poder de la competencia que se da en un área delimitada de una industria, de cuyo análisis se logra establecer la estrategia futura de una organización que al final debe resultar en la obtención de los beneficios deseados. El mayor conocimiento de la industria será la mejor referencia para los dirigentes de la organización. (Cristerna, 2013)

Figura 3 Cinco fuerzas de Porter



Fuente: (Michael . E.Porter, 1980, pág. 120)

Realizado por: Pablo Vera

- **La Rivalidad entre los Competidores.** – Son estrategias propuestas con el objetivo de superar a las demás empresas, estas estrategias buscan aprovechar las debilidades de la competencia. La rivalidad entre competidores permite igualar las ventajas competitivas con las de otras empresas opositoras, y así crear estrategias que nos permitan superarlas.
- **La Amenaza de Nuevos Participantes.** - La amenaza está en que otras empresas que ofrece el mismo producto y derivados del mismo con características diferentes, más baratos y elaborados con nuevos recursos puede apropiarse del mercado donde otra empresa ya ofrecía su producto.
- **El Poder Negociador de los Compradores.** – Es la capacidad superior que tienen estos compradores internacionales o nacionales económicos a la hora de adquirir

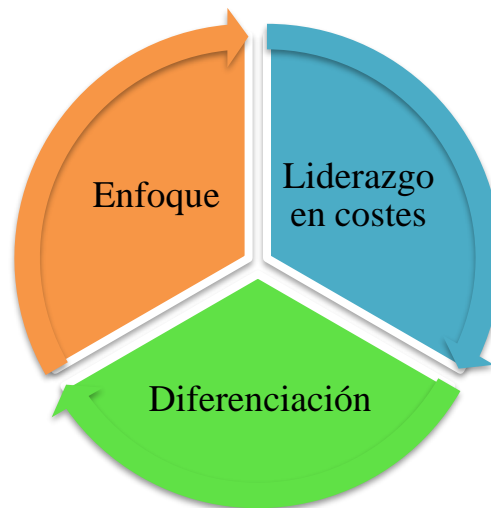
insumos, bienes, productos, materias primas, o servicios a las empresas es decir realizas un análisis económico y verifica precios y características propias de lo quiere adquirir y según eso identifican el más apropiado y que cumple con las expectativas de los consumidores.

- **Amenaza de los Productos Sustitutos.** – si hay productos sustitutos que frecen otras empresas, avanzados tecnológicamente o presentan precios bajos. Estos productos creen una amenaza porque suelen crear un límite al precio que se puede cobrar por un producto.
- **El Poder Negociador de los Proveedores.** – Los proveedores pueden tener un poder de negociación efectivo sobre los miembros de un sector mediante un aumento de los precios o mediante una reducción de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos. (Valbuena, 2019, pág. 4)

1.2.8 Las Estrategias Genéricas

Las tres estrategias genéricas planteadas por (Porter M. , 2019) son: liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque o concentración, a través de ellas una empresa puede hacer frente a las cinco fuerzas que moldean la competencia en un sector y conseguir una ventaja competitiva sostenible que le permita superar a las firmas rivales. (pág. 81)

Figura 4 Las estrategias genéricas



Fuente: (Porter M. , 2019, pág. 81)

Realizado por: Pablo Vera

- **Liderazgo en costes.** - Una empresa debe poseer la capacidad de disminuir costos en todo el proceso logístico de producción de su producto, de tal manera que la reducción de gastos obtenga un mejor precio para el consumidor y en consecuencia en una mayor participación de mercado. Es decir, realizar la producción en escala produciendo el mismo producto en mayor cantidad para obtener mejores costos
- **Diferenciación.** - La empresa debe producir productos exclusivos a partir de materia prima que sean vistos como nuevos para los consumidores, quienes están en disposición de pagar más por tenerlos como ejemplo la empresa EXPALSA del cantón Duran exportadora de camarón que o solo exporta su materia prima sino productos derivados del mismo como arroz con camarón, brochetas de camarón, ceviche de camarón esto se conoce cómo diversificar.
- **Enfoque o segmentación.-** La empresa se centraliza en satisfacer las necesidades del consumidor por segmentos bien definidos, de población, de productos o geográficos.

1.2.9 Exportación

Es el comercio de bienes, productos o servicios que se produce o desarrolla en un país y que

otro país requiere por lo que compra un país extranjero este envío tiene fines comerciales. Estos envíos se hallan regulados por disposiciones legales con las que se lleva a cabo relaciones comerciales entre países.

1.2.10 Importación

La importación es el envío de bienes, productos y servicios del exterior. Principalmente esta acción depende de dos países, el que demanda el producto, bien o servicio y el que lo oferta o es la actividad de adquirir productos o servicios producidos por otros países.

1.2.11 Análisis Micro y Macro Ambiental de la Yuca

1.2.11.1 Análisis del Macro Entorno.

El entorno donde inicialmente está dirigido el plan de negocios para comercializar el snack de yuca en el mercado Canadiense. y al que por su alto nivel de confianza hace replantear las estimaciones de desarrollo económico, por lo que nos brinda garantías de rentabilidad en el proyecto.

El Ecuador es reconocido desde hace muchos años como líder de las exportaciones de yuca distinguido por su excelente sabor, y calidad de producción resultado de las favorables condiciones climáticas que posee el país, por lo que resulta atractivo el mercado para la exportación de productos derivados específicamente los snacks por ser un producto tan apetecido en el extranjero, especialmente por las personas que han migrado a ese país desde el Ecuador. Los factores, sociales, culturales y demográficos serán prioridad en el proceso de planificación.

1.2.11.2 Análisis del Micro Entorno.

El micro entorno está compuesto por los agentes más cercanos a la empresa que influyen en la capacidad de la misma para atender a sus clientes (la propia empresa, los proveedores, los intermediarios de marketing, los mercados de consumo, los competidores, y los grupos de interés)

En este análisis interno de la empresa, nos permite ver si tiene la capacidad de aprovechar sus recursos y convertirlas en ventajas competitivas.

1.3 Marco Conceptual

- **Actividad agrícola.** – es la ejecución de actividades relacionadas con el tratamiento y preparación del suelo y proceso de producción de productos provenientes de la tierra.
- **Aduana.** – es un departamento administrativo gubernamental ubicada en las fronteras, aeropuertos o puertos donde se lleve a cabo la exportación o importación de productos.
- **Arancel.** - es un impuesto que se otorga a los bienes, productos o servicios que son importados o exportados.
- **Acuerdo comercial.** – es un arreglo o tratado nacional o internacional en el que ambos países se beneficien del negocio que se lleve a cabo.
- **Agroexportador.** – es una organización productora de materia prima que exporta a países extrajeros.
- **Alianza estratégica.** – es un acuerdo que realizan los países que lleve a cabo una negociación para obtener y alcanzar los objetivos de cada uno de ellos.
- **Artesanal.** – son procesos naturales sin la utilización de tecnología.
- **Barreras arancelarias.** - son ordenanzas, reglamentos o estrategias de un país que no toman la forma usual de un arancel, pero que limitan el comercio.
- **Calidad.** – son las características y condición que tiene un producto, bien o servicio con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor
- **Comercio exterior.** – son los intercambios comerciales que se lleva a cabo entre un país exportado y otro importador.
- **Comercio internacional.** – es la actividad donde se lleva cabo la compra y venta de

productos de una nación con un país extranjera.

- **Cosecha.** – este proceso se basa en la recolección de los productos sembrados.
- **Desarrollo sustentable.** – implica satisfacer las necesidades en el presente de las personas de los recursos que nos rodea sin perjudicar a las generaciones futuras.
- **Diversificación.** – es un proceso de innovación donde se obtiene productos nuevos a partir de la materia prima.
- **Exportación.** – es el proceso donde se envía productos al extranjero.
- **Importación.** – es un proceso logístico donde se adquiere productos, bienes o servicios del exterior.
- **Nación más favorecida.** – es cuando se realiza un acuerdo comercial para la importación o exportación de productos y solo un país es beneficiado de manera positiva.
- **Matriz productiva.** – Son todos los procesos requeridos para producir bienes, productos y servicios y que la sociedad se organiza para la obtención de ellos.
- **Microclimas.** - Es una serie de características y cualidades atmosféricas que definen un ambiente o un área determinada.
- **Preferencias arancelarias.** – son acuerdos comerciales en de los países importadores y exportadores y que adquieran beneficios de iguales.
- **Productos no tradicionales.** – son todos aquellos bienes, servicios o productos agregados a las exportaciones e los últimos años.
- **Post embarque.** - Es el proceso o etapa en el cliente que envía debe poseer la factura final y el documento de transporte para la embarcación.
- **Política arancelaria.** - es una política financiera en el cual el gobierno de un país especifica el arreglo arancelario que administrará el comercio exterior de productos.
- **Régimen aduanero.** - es el destino que tienen los bienes, servicios o productos que son para la comercialización internacional y debe cumplir con el control aduanero.

- **Recursos agrícolas.** – son todos los procesos, actividades, herramientas y artículos que sea utilizados antes, durante y después de la obtención de un producto deseado.
- **Siembra.** – es un proceso de donde se cultiva semillas y requiere de cuidado hasta la obtención del producto deseado.
- **Transporte aéreo.** – es el envío de productos o bienes de forma aérea que sea de consumó inmediato.
- **Transporte marítimo.** – es el proceso logístico donde se realiza la exportación de bienes, productos o servicios por medio del mar es decir en barcos ya que resulta más económico, pero tarda más tiempo.

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

TITULO I

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

Capítulo primero

Principios fundamentales

De acuerdo a lo indicado en

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: (Constitucional de la republica, 2008)

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.

2. Garantizar y defender la soberanía nacional.

3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.

[...]5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización. (pág. 17).

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

De acuerdo con la (Constitucional de la republica, 2008)

Art. 13.- “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria (pág. 24).

Entre los derechos del Buen Vivir constitucionalmente tenemos: agua y alimentación, ambiente sano, comunicación e información, cultura y ciencia, educación, vivienda, salud y trabajo y seguridad social

Todo ecuatoriano nacido o nacionalizado tiene derecho a una vida digna, el estado debe de garantizar dicha soberanía equitativa.

Sección segunda

Ambiente sano

De acuerdo con (Constitucional de la republica, 2008)

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (pág. 24).

Sección séptima

Salud

De acuerdo al (Constitucional de la republica, 2008)

Art. 32.- La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud

reproductiva. (pág. 28)

El estado ecuatoriano emplea sistema de salud óptimo para la salud para cada ecuatoriano las cuales llegaría a sectores de escaso recurso.

La construcción de nuevos hospitales y centros de salud ayudaría a solventar la ayuda a sectores olvidados como son las zonas rurales.

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección séptima

Política comercial

De acuerdo con (Constitucional de la republica, 2008)

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.

2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.

3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.

[...]5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. (pág. 146)

Los acuerdos internaciones son importante ayudaría a la balanza de pagos de ambas naciones y ayuda al crecimiento económico del país. A través de ingreso de la inversión extrajera generaría empleo se emplearía un sistema de ayudaría al intercambio tecnológico.

De acuerdo (Constitucional de la republica, 2008)

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (pág. 147).

El estado ecuatoriano debe fomentar las exportaciones para incrementar la balanza fiscal.

Nos solo ser un país producto de productos tradicionales sino implementar industrias y exportar producto semi elaborados

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

De acuerdo con (Constitucional de la república, 2008)

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (pág. 151).

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

De acuerdo con (Plan Toda una Vida, 2017).

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (pág. 157).

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica (pág. 157).

La globalización ayuda al proceso de expansión de mercado a nivel mundial por lo consecuente es necesario comercializar producto con los bloques económicos potenciales para su crecimiento económico.

1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

De acuerdo con (Plan toda una vida, 2018, págs. 48- 49)

Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Múltiples espacios de diálogo destacan la importancia del uso del espacio público y el fortalecimiento de la interculturalidad; así como los servicios sociales tales como la salud y la educación. Uno de los servicios sociales más importantes y prioritarios es el agua, el acceso y la calidad de este recurso para el consumo humano, los servicios de saneamiento y, por supuesto, para la producción y sistemas de riego[.] Asimismo, en las diferentes mesas de diálogo se señalan los temas de seguridad social con énfasis en los grupos de atención prioritaria y grupos vulnerables. La seguridad ciudadana aborda de manera integral la atención a los tipos de muertes prevenibles; la protección especial para los casos de violencia sexual, explotación sexual y laboral, trata de personas, trabajo infantil y mendicidad, abandono y negligencia, accidentes de tránsito, suicidios; y la prevención del uso de drogas, tomando en cuenta el control, tratamiento, rehabilitación y seguridad del consumo problemático de las mismas, bajo un enfoque de derechos y con base en evidencia científica.

Finalmente, otro gran grupo de propuestas priorizadas en los diálogos nacionales se centra en temas relativos a la formación en valores, la promoción de la cultura y el arte, la producción nacional audiovisual; el acceso, uso y aprovechamiento de medios y frecuencias, la información, la comunicación y sus tecnologías. (Plan toda una vida, 2018, págs. 48- 49).

El Plan Toda una Vida apuesta por el fortalecimiento y la institucionalización de políticas públicas y servicios que respondan a derechos fundamentales de las personas, en particular de los grupos de atención prioritaria y en situación de vulnerabilidad, con miras a la eliminación gradual de las desigualdades sociales innecesarias, injustas y evitables, enfrentando las causas estructurales para alcanzar una sociedad más igualitaria. El cumplimiento de este objetivo se conseguirá mediante las acciones coordinadas entre los diferentes niveles de gobierno, y mediante la corresponsabilidad de la familia, la sociedad y la comunidad en general.

De acuerdo con (Plan toda una vida, 2018, págs. 48- 49)

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Ecuador cuenta con una importante base de recursos naturales, renovables y no renovables, que han determinado que su crecimiento económico se sustente en la extracción, producción y comercialización de materias primas. Estos recursos impulsaron un modesto proceso de

desarrollo productivo, que generó una estructura productiva de escasa especialización, con una industria de bajo contenido tecnológico y un sector de servicios dependiente de importaciones. Esta situación se recrudeció por la captura del poder por parte de las élites que gobernaron el país en beneficio de grupos económicos aventajados, en detrimento de las grandes mayorías[.] (Corte Constitucional del Ecuador, 2013, pág. 80)

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Para cambiar el patrón productivo utilizado en la economía ecuatoriana a lo largo de su historia, se requiere fortalecer y potenciar la integración de las cadenas productivas locales, al incrementar la relación espontánea entre actores implicados en la provisión de bienes y servicios –desde la producción primaria hasta la llegada al consumidor–, lo cual incluye el circuito de comercialización y de incentivos afinados, bien concebidos y oportunos.

En este sentido, el reto más significativo se encuentra en el cambio de la matriz productiva del país, acompañada de un cambio cultural que incentive la confianza propia. (pág. 81).

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural (Corte Constitucional del Ecuador, 2013, pág. 80)

Este desarrollo económico debe ser consecuente con los grandes retos que enfrenta el planeta debido a la crisis ambiental. La noción de generar valor no solo se explica por el nivel de transformación económica, sino por el uso eficiente de recursos para preservar y regenerar el capital natural. Por estas razones, se vuelve indispensable identificar espacios de inserción en las cadenas de valor, que permitan intercambios justos y equitativos al cotejar elementos diferentes en la relación precio-volumen; y gestionar responsablemente los recursos, estableciendo prácticas productivas de menor impacto, que permitan mitigar los impactos del cambio climático[.]En este sentido, el reto más significativo se encuentra en el cambio de la matriz productiva del país, acompañada de un cambio cultural que incentive la confianza propia. Además, este cambio debe estar guiado por la responsabilidad ambiental e inclusión social, lo que permitirá que el desarrollo industrial se convierta en un poderoso impulsor de crecimiento económico para la satisfacción de derechos. El involucrar preferentemente a mujeres, jóvenes y personas en situación de pobreza junto con grupos de atención prioritaria en las actividades productivas. (Corte Constitucional del Ecuador, 2013, pág. 80)

El Plan Toda Una Vida busca transformar las condiciones de vida de la población a través

de un trabajo sostenido en la reducción de factores de riesgo, el fortalecimiento de capacidades y la generación de oportunidades mediante una intervención integral.

1.4.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

De acuerdo con (COPCI, 2018)

Art. 4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;

b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;

c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;

d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;

e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;

[...]g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;

[...]l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;

[...] o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;

q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;

[...] s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y,

t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y

transferencia tecnológica.

El modelo actual de matriz productiva ha caracterizado la economía del Ecuador al convertirlo en un país proveedor de materia prima en el mercado internacional y a su vez un ente importador de bienes y servicios, pero los significantes cambios en precios internacionales han desequilibrado la balanza comercial en el país.

Las exportaciones, balanza Comercial, matriz productiva, factores que se requieren para modificarla será la construcción de esto lo impulsa a proponer un modelo donde la revolución productiva.

TITULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

[...], el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento. (pág. 23).

Las Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas) son importantes para la economía del país por su capacidad para captar capital externo, generar empleo y ofrecer productos en diferentes zonas geográficas dentro y fuera del país.

La presencia de las Pymes en relación al crecimiento económico es fundamental por la creciente demanda de empleo y la innovación; la inversión es clave para mantener la competitividad de las empresas.

Capítulo II

Medidas no Arancelarias del Comercio Exterior

De acuerdo con (COPCI, 2018)

Art. 80.- Tasas. - Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros,

autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, distintos a los procedimientos y servicios aduaneros regulares, se fijarán en proporción al costo de los servicios efectivamente prestados, sea a nivel local o nacional. (pág. 31)

De acuerdo con (COPCI, 2018)

Art. 84.- Normas de Origen. - Se entenderá por normas de origen los parámetros técnicos establecidos con el objeto de determinar el territorio aduanero o región de origen de un producto. El origen de la mercancía podrá ser nacional, si se considera un solo país, o regional, si se considera a más de un país. Las mercancías podrán estar sujetas al cumplimiento de normas de origen para efectos de beneficiarse de preferencias arancelarias, contingentes, regímenes especiales aduaneros, y para otras medidas comerciales específicas donde se requiera determinar el origen de un producto. (pág. 32).

Son derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados. Las prácticas de los gobiernos en materia de normas de origen pueden variar considerablemente.

De acuerdo con (COPCI, 2018)

Art. 85.- Certificación de Origen. - Corresponderá a la unidad gubernamental que se designe en el reglamento a este Código, regular y administrar la certificación de origen de las mercancías nacionales. La administración de la certificación podrá efectuarse de manera directa o a través de entidades habilitadas para el efecto, públicas o privadas; y la autoridad competente podrá actuar de oficio o a petición de parte interesada, nacional o extranjera, en la investigación de dudas sobre el origen de un producto exportado desde Ecuador. La entidad habilitada para el efecto certificará también el origen de las mercancías sujetas a operaciones de perfeccionamiento activo, que se produzcan en una Zona Especial de Desarrollo Económico, que cumplan las normas que se establezcan para el reconocimiento del origen del producto procesado, o de conformidad con los acuerdos internacionales aplicables, tanto para su exportación como para su introducción al territorio aduanero nacional. (pág. 32).

El certificado de ayuda a el importador o exportador acreditar el país o región de donde se considera originaria una mercancía y sirve para recibir preferencias arancelarias.

De acuerdo con (COPCI, 2018)

Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior. - Los tributos al comercio exterior son:

- a. Los derechos arancelarios;
- b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c. Las tasas por servicios aduaneros. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, establecerá exenciones, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario. (pág. 38)

Los tributos al comercio exterior son recargos económicos que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación, que realiza actividades de comercio internacional la debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

TITULO II

De la Facilitación Aduanera para el Comercio

De lo Sustantivo Aduanero

Capítulo II

De la Obligación Tributaria Aduanera

Art. 116.- Plazos para el pago. - Los tributos al comercio exterior se pagarán en los siguientes plazos:

- a) En la declaración aduanera de importación o exportación, dentro de los dos (2) días hábiles siguientes a la autorización del pago.
- b) En las tasas dentro de los dos (2) días hábiles siguientes a la fecha en que se autoriza el pago en la liquidación.
- c. En los demás casos, dentro de los veinte días hábiles posteriores al de la notificación del respectivo acto de determinación tributaria aduanera o del acto administrativo correspondiente.

En caso de no pagarse los tributos dentro de los plazos previstos se generarán intereses, calculados desde la fecha de exigibilidad de la obligación aduanera (pág. 40)

Es el tiempo que otorga la aduana para la cancelación de los haberes de la exportación o importación de un producto.

Sección II

De acuerdo con (COPCI, 2018)

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. (pág. 50).

También se lo conoce como el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro. Al término de una exportación se recibe dinero.

De acuerdo con (COPCI, 2018)

Art. 194.- Sanciones por faltas reglamentarias. - Las faltas reglamentarias se sancionarán con una multa equivalente al cincuenta por ciento del salario básico unificado. Excepto en el caso de la letra

c) del artículo precedente cuando se trate de declaraciones de exportación, reexportación, o de importaciones cuyo valor en aduana sea inferior a diez salarios básicos unificados, en las que la sanción será del diez por ciento de la remuneración básica unificada.

8. Responsabilidad entra e intergeneracional. (pág. 69).

El error por parte del Agente de Aduana, del importador o del exportador en su caso, en la transmisión electrónica de los datos que constan en la declaración aduanera que no sean de aquellos que se pueden corregir conforme las disposiciones del reglamento del COPCI.

1.4.4 Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP

De acuerdo con (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

Art. 10.- Requisitos para registro y renovación como Productor de Banano para exportación.- Los productores bananeros sean éstos, personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeros, poseedores a cualquier título de tierra agrícolas aptas para la producción y que en ella cultiven banano destinado a la exportación, constituyendo por lo menos una unidad agrícola productora de banano, estarán obligados a registrarse en el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca cada CINCO (5) años. Su acreditación se demostrará con el oficio signado por la autoridad competente en el MAGAP.

Para Persona Natural:

Solicitud dirigida al Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca, en la dependencia más cercana al domicilio del solicitante. mediante el formulario que se agrega como anexo 1 a este Instructivo por cada uno de los predios, conteniendo la petición de registro y declaración de que los datos constantes en los documentos adjuntos son verdaderos; además de consignar el número de RUC.

Si los datos consignados fueren falsos o adulterados se concederá el registro; o, de estar inscrito será motivo de la exclusión del registre o existente.

Adjunto a la solicitud se deberá presentar:

a) Certificado de gravámenes e historia de dominio actualiza o mínimo de 15 años por cada predio otorgado por el Registro de la Propiedad del, cantón en el que se ubica el mismo;

b) Copia simple del comprobante de pago del impuesto predio 1° del año

[...] d) En caso de no contar con ningún documento especificado, el productor deberá presentar una declaración juramentada en la que manifieste que se encuentra usufructuando del predio, para recibir un registro provisional de un año calendario, hasta que regularice la situación de propiedad del predio, en arreglo a las disposiciones transitorias de este instructivo; si no se regula en el tiempo estipulado se excluirá del registro.

Para Persona Jurídica:

[...], además de señalar el número de RUC. Si los datos consignados fueren falsos o adulterados no se concederá el registro; o, de estar inscrito será motivo de la exclusión del registro existente

. Adjunto a la solicitud del registro se deberá presentar:

a) Copia simple de la Escritura de Constitución de la persona jurídica, cuyo objeto social sea la explotación de cultivos agrícolas.

b) Certificado de gravámenes e historia de dominio actualizado mínimo de 15 años por cada predio otorgado por el Registro de la Propiedad del cantón en el que se ubica el mismo;

c) Copia simple del comprobante de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud por cada predio;

d) Contrato de arrendamiento y/o comodato del predio en el que conste el código de inscripción en el Sistema de Control Bananero.

Título V

DEL REGISTRO DE MARCAS

De acuerdo con (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

Art. 26.- Registro de Marcas. - Para poder exportar banano los exportadores deberán registrar su Marca en el MAGAP, para ello deberán presentar el título de propiedad emitido por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Si la marca es de propiedad de un tercero deberá adjuntar el título de propiedad y la carta de autorización de uso de la marca, con reconocimiento de firma ante notario público. En caso de registro de marcas nacionales, se cumplirán los siguientes requisitos:

a) Solicitud dirigida al MAGAP

b) Copia certificada del Título de Propiedad de la Marca emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional 31;

c) En caso de marcas de terceros, carta original de autorización del uso de la marca suscrita por el titular de la misma con reconocimiento de firma ante notario público, adjuntando la copia del título de la marca emitida por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional 31, el nombre del titular, la vigencia de la marca; y, los certificados de renovación o de transferencia, de haberlos.

Para el caso de registro de Marcas Extranjeras, se deben cumplir los siguientes requisitos:

a) Solicitud dirigida al MAGAP;

b) Copia certificada del Título de Propiedad de la Marca emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional [...].

c) En caso de marcas de terceros, carta original de autorización del uso de la marca suscrita por el titular de la misma con reconocimiento de firma ante notario público, adjuntando la copia del título de la marca emitida por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual en el que proteja la Clase Internacional 31, el nombre del titular, la vigencia de la marca; y, los certificados de renovación o de transferencia, de haberlos.

Cuando el exportador haya solicitado el derecho exclusivo de uso de una marca se procederá conforme lo dispone el inciso tercero del Art. 1 O del Reglamento a la Ley para Estimular y Controlar la Producción y Comercialización del Banano, Plátano (Barraganete) y Otras Musáceas Afines destinadas a la Exportación.

Los documentos deben ser presentados con la debida legitimación y apostillados por el Organismo competente del país de origen, e incluida, de ser necesario, la traducción hecha por

un traductor autorizado, conocedor del idioma y certificado ante Notario Público. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, siempre y cuando reciba toda la documentación anterior, registrará la (s) marca (s) a los exportadores, sean personas naturales o jurídicas, en QUINCE (15) días hábiles. En el caso de las marcas que no han sido utilizadas por cuatro semanas consecutivas, se excluirán del sistema de UNIBANANO. Para la renovación de la inscripción de la marca, se deberá presentar los documentos anteriormente detallados.

Se acuerdo con Magap para exportaciones de producto hacia el mercado internacional es necesario cumplir con todas especificaciones técnicas del producto tanto en marca como en calidad. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020)

Las mayorías de empresa necesitan cumplir con el requisito para implementación de marca es protección de propiedad intelectual del producto a exportar.

1.4.5 Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual

Capítulo VII

DE LAS MARCAS

Art. 58.- La solicitud para registrar una marca deberá presentarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, en el formulario preparado para el efecto por la Dirección Nacional de Propiedad Industrial y deberá contener:

- a) Identificación del solicitante, con la determinación de su domicilio y nacionalidad;
- b) Identificación del representante o apoderado, con la determinación de su domicilio y la casilla judicial para efecto de notificaciones;
- c) Descripción clara y completa de la marca que se pretende registrar;
- d) Indicación precisa del tipo o la naturaleza de la marca que se solicita, en función de su forma de percepción.

[...]f) Identificación de la prioridad reivindicada, si fuere del caso. Para efectos del cómputo de los plazos de prioridad y preferencia contenidos en la Ley e instrumentos internacionales, dicho plazo comenzará correr desde la fecha de presentación de la primera solicitud.

Art. 59.- A la solicitud de registro de marca se acompañará:

- a) La reproducción de la marca y cinco etiquetas, cuando contenga elementos gráficos, o cualquier otro medio que permita la adecuada percepción y representación de la marca, si fuere

del caso;

- b) El comprobante de pago de la tasa correspondiente;
- c) Copia de la solicitud de marca presentada en el exterior, en el caso de que se reivindique prioridad;
- d) El documento que acredite la representación del solicitante, si fuere del caso; y,
- e) En el caso de marcas colectivas, se acompañará, además, los documentos previstos en el artículo 203 de la Ley de Propiedad Intelectual.

Art. 61.- El título de registro contendrá:

- a) Número de registro;
- b) Fecha y número de presentación de la solicitud;
- c) Indicación de la marca;
- d) Naturaleza o tipo de marca que se solicita, en función de su forma de percepción;
- e) Nombre del titular y su domicilio;
- f) Identificación del solicitante, representante legal o apoderado, según el caso;
- g) Fecha de otorgamiento;
- h) Fecha de vencimiento;
- i) Descripción de la marca y sus reservas;
- j) Reproducción gráfica o indicación de la forma de percepción;
- k) Indicación de los productos o servicios que protege y clase internacional a la que corresponden; y,
- l) Firma del Director Nacional de Propiedad Industrial.

1.4.6 Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria

Art. 19.- Del registro. - Las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la producción, comercialización, importación y exportación de plantas, productos vegetales, animales, mercancías pecuarias y artículos reglamentados, así como a la importación y producción nacional, de insumos agropecuarios, centros de faenamiento y de acopio, y los demás que se determine en el reglamento a esta Ley, deberán registrarse en la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. Los productores que forman parte de la agricultura familiar campesina, cuya producción se dedique al autoconsumo o a la economía familiar no estarán

sujetos a lo previsto en el inciso anterior. Esta Agencia establecerá y administrará un registro con la siguiente información: (Republica del Ecuador, 2017)

- a) Ferias y centros de concentración de animales;
- b) Centros de faenamiento;
- c) Proveedores e insumos agropecuarios para el control fito y zoonosanitarios;
- d) Proveedores de servicios sanitarios agropecuarios;
- e) Importadores y exportadores agropecuarios; y,

f) Los demás que establezca la Autoridad Agraria Nacional, a criterio técnico de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, provinciales, municipales y metropolitanos coordinarán con la Agencia el suministro trimestral de la información señalada en este artículo. Los requisitos y procedimientos de los registros serán establecidos en el reglamento de la presente Ley. El registro entre otros aspectos contendrá información de población animal, explotaciones agrícolas, pecuarias y otra información que disponga la Autoridad Agraria Nacional. Las personas naturales o jurídicas dedicadas a la producción, comercialización, importación y exportación de insumos agropecuarios, deben registrarse en la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, cumpliendo los requisitos establecidos en esta Ley y su reglamento. (Republica del Ecuador, 2017)

TITULO II DEL REGIMEN DE SANIDAD VEGETAL CAPITULO I DE LA PROTECCION FITOSANITARIA

Art. 21.- Del control fitosanitario. El control fitosanitario en los términos de esta Ley, es responsabilidad de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, tiene por finalidad prevenir y controlar el ingreso, establecimiento y la diseminación de plagas que afecten a los vegetales, productos vegetales y artículos reglamentados que representen riesgo fitosanitario. El control fitosanitario y sus medidas son de aplicación inmediata y obligatoria para las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, dedicadas a la producción, comercialización, importación y exportación de tales plantas y productos. (Republica del Ecuador, 2017)

CAPITULO II DE LA EXPORTACION

Art. 53.- De la exportación de plantas y productos vegetales. Las exportaciones y reexportaciones de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados, deberán cumplir con los requisitos fitosanitarios y someterse a la inspección fitosanitaria establecidos en la Ley y su

reglamento, así como el instrumento internacional pertinente; y se realizarán únicamente por los puntos de salida oficialmente designados por la Autoridad Agraria Nacional. La Agencia, evaluará las condiciones fitosanitarias de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados previo al proceso de exportación y será la encargada de la emisión del certificado fitosanitario correspondiente. (Republica del Ecuador, 2017)

1.4.7 Municipio del Cantón Sucúa

El Municipio es el encargado de otorgar patentes municipales; esto es otra disposición legal como requisito para toda compañía, es la autoridad municipal quien emite un permiso para operar como empresa en ejercicio, dentro del Cantón, el mismo que se obtiene al cumplir con todos los pagos correspondientes.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA EMPLEADA

Según (Ayala, 2020) el marco metodológico es la parte de nuestra investigación donde exponemos los métodos teóricos y prácticos utilizados para analizar el problema planteado. Incluye los participantes y la muestra, instrumentos o equipos utilizados, el diseño, procedimiento y el análisis de datos.

En la metodología de investigación se utilizaron diferentes tipos, enfoques y técnicas de investigación, las mismas que serán de ayuda para obtener respuestas a los problemas que se encontró durante la investigación los mismos que se enumeran a continuación:

2.1 Tipo de Enfoque de la Investigación

2.1.1 Enfoque Mixto

El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento (Ruiz, Borboa, & Rodríguez, 2013).

El enfoque que se va a utilizar en la presente investigación es mixto; es decir, contiene los dos enfoques cualitativo y cuantitativo, los cuales encamina a ayudar a elaborar preguntas y respuestas claras para así poder comprobar el planteamiento del problema y los detallamos a continuación:

2.1.2 Enfoque Cuantitativo

La investigación bajo el enfoque cuantitativo se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir a través de la utilización de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recogidos (Flores, 2019)

Se cuantificarán los datos compilados a través de una investigación por medio de encuestas, permitiendo en base a la propuesta lograr la correcta implementación del plan de exportación

de snacks de yuca de Ecuador del cantón Sucúa al mercado Canadiense en el periodo 2021 – 2022. Este estudio utilizará la recopilación y el análisis de datos estadísticos de exportación, peso por año exportado con la finalidad de identificar resultados, para ofrecer un plan de exportación mejorado que cubra con la demanda del producto para satisfacer al cliente.

Los resultados están representados por una estadística precisa, es decir, deductiva. En base a la medición de indicadores de variables cuantificables, como el número de la población estudiada, el número medio de personas encuestadas que prefieren los snacks de yuca y los beneficios que le apetecen a la hora de elegir el producto, el número de personas que se sometieron a la investigación en general.

2.1.3 Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo se sustenta en evidencias que se orientan hacia la descripción del fenómeno con la finalidad de comprenderlo y explicarlo a través de la aplicación de métodos y técnicas derivadas de sus ideas y fundamentos. (Flores, 2019)

Se utiliza un enfoque cualitativo para analizar parámetros y observar la reacción de los consumidores en referencia a la actualidad del mercado de snacks de yuca. Se analiza si el comprador está satisfecho con la calidad del producto que recibe en la actualidad, porque de esta forma se busca la realidad que pesa en los productos relacionados con los tubérculos. El hecho de utilizar la observación para comprender mejor la realidad del consumidor y las razones de esta reacción, se busca promover los beneficios de la yuca en base a estrategias de exportación y de esta manera introducirlo al mercado.

Este enfoque se va utilizar en la observación, recolección y análisis de datos de los principales competidores que podrían estar a la par con la calidad de yuca que se exporta de Sucúa, detallando los procesos desde la cosecha, el proceso logístico para obtener los snacks hasta la llegada a la mano del cliente para su degustación todo este proceso ayuda a la obtención de más resultados, también se analizará la demanda que existe en el mercado, ya que se busca una verdad en concreto de la realidad. El cual se aplica una investigación exploratoria para

conocer afondo si el producto tendrá la acogida esperada y el porqué de este tipo de respuesta.

2.2 Tipo de Investigación

2.2.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente. (Arias, 2016)

La investigación exploratoria tiene como objetivo buscar un acercamiento a los principales problemas que trae consigo el cumplimiento de las regulaciones y disposiciones que tiene cada país tanto importador como exportador para llevar a cabo un negocio con beneficio para ambos países. Siendo su meta obtener información que permita entenderlos de una mejor manera, aunque a largo plazo esta no sea concluyente. Este estudio pretende hallar una interacción entre Ecuador y Canadá, lo que puede ser utilizada como una base para la realización de los próximos estudios más complejos en otros contextos, a fin de identificar si los resultados cambian de acuerdo a los contextos y con muestras más grandes.

2.2.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación. (Jervis, 2020)

El propósito principal de la investigación descriptiva es comprender las características, actitudes y circunstancias predominantes del proceso de exportación de snacks de yuca para describir con precisión el tema del estudio ya que es responsable no solo de recopilar datos, sino también de la investigación y el análisis para obtener resultados significativos que puedan contribuir al conocimiento y definir el objetivo planteado.

Aquí es donde se realiza un comparativo entre el producto ecuatoriano con relación al mercado Canadiense, ya que ellos actualmente tienen una ventaja en precio que es el Tratado de Libre Comercio con Canadá.

2.2.3 Investigación Histórica

Las investigaciones históricas permiten conocer y reflexionar sobre un fenómeno, considerando resaltar los conceptos e hipótesis y la comprensión de las relaciones de la Historia con el Tiempo, con la memoria o con el Espacio (De Almeida, 2016, pág. 383).

La investigación histórica ayuda a conocer los inicios de cómo se exporta y cultiva la yuca en Ecuador, esta actividad exportadora es pieza significativa de las empresas y organizaciones, ya que les permitirá establecer planes de negocios más estables y a largo plazo con países del exterior. Según (Vivas, 2020) La yuca es un producto que se cultiva en casi todas las provincias del país, lo que permite tener suficiente capacidad para abastecer el mercado extranjero mencionado y a la vez ha ido experimentando un crecimiento relativo dentro del total de las exportaciones ecuatorianas, lo que refuerza la idea del posicionamiento a nivel internacional que este producto ha adquirido.

La falta de impulso a la exportación de yuca en el país, nos da como consecuencia la existencia de menor captación de ingresos en este sector agrícola. Con la exportación de yuca pretendemos aprovechar al máximo las características de nuestro producto.

2.3 Métodos de la Investigación

2.3.1 Analítico- Sintético

Pará Jiménez y Pérez (2017) el método de análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y

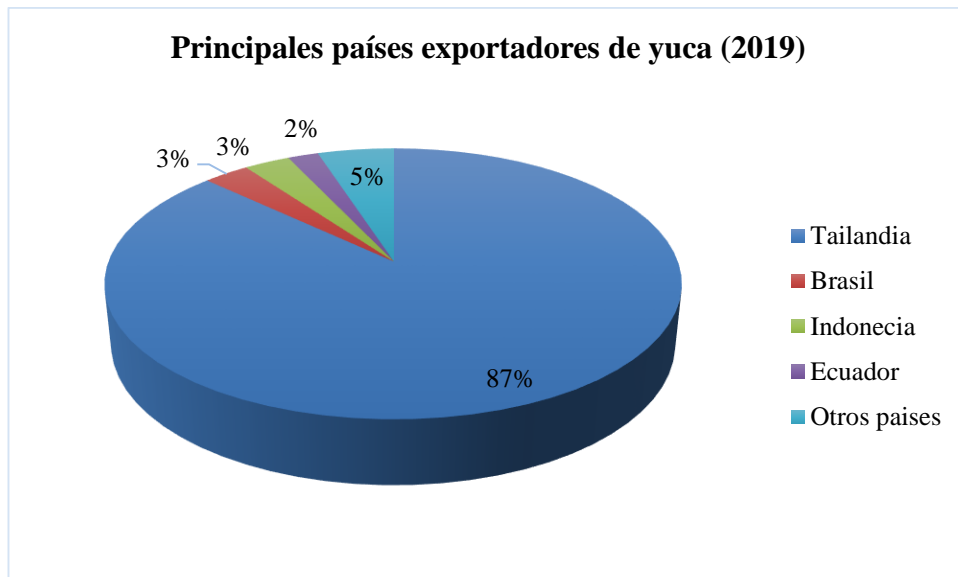
características generales entre los elementos de la realidad.

Para el problema planteado del plan de exportación, el mercado posee tres representantes vitales, los ofertantes del producto, en este caso los exportadores de yuca en Ecuador, el cliente en el mercado Canadiense el cual demanda el producto, y el gobierno que asienta e implementa acuerdos y decretos que tenga con Canadá, los productos en Sucúa, abrieron muchas posibilidades de aumento en el mercado de la yuca con un cero arancel en la entrada de productos, acostumbrando a un público a disponer de snack de yuca de buena calidad a baja costo.

El método analítico- sintético ayuda a indagar sobre diferentes temas de exportaciones hacia el mercado Canadiense y averiguando el común de cada uno de ellos, además se ha aplicado el método inductivo – deductivo.

A continuación, se muestra estadísticas sobre la exportación de yuca al mercado Canadiense, ya que el método deductivo indica descomponer los datos en parte para emitir un criterio autónomo.

Figura 5 Países exportadores de yuca (2019)



Fuente: (FAO, 2018)

Realizado por: Pablo Vera

Según la (FAO, 2018) la producción de yuca está centrada en cinco países, el mayor exportador es Tailandia con 87 % del total de las exportaciones (Figura 5). El resto procede de exportadores de Asia, África y América Latina y el Caribe, de países como Brasil 3%, Indonesia 3% y otros pequeños exportadores como China, Ghana, Madagascar, Nigeria, Ecuador y Tanzania.

Figura 6 Exportaciones de yuca en Ecuador



Fuente: (Vivas, 2020)

Realizado por: Pablo Vera

Las exportaciones ecuatorianas de yuca muestran un comportamiento inestable en el período 2017-2020, siendo el 2020 el año en que se reportó menos exportaciones producto de la crisis sanitaria que estábamos pasando a nivel mundial.

Debido al bajo volumen de las exportaciones en el 2020, se observa un amplio crecimiento de las mismas en el 2018 año pico de las exportaciones de yuca ecuatoriana. En el último año hubo un decrecimiento del 71% en el volumen exportado, pero un crecimiento del 50 % en valor FOB. Lo anterior debido a un sustancial aumento en el precio del tubérculo.

2.3.2 Inductivo- Deductivo

Según Jiménez y Pérez (2017). El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica.

De esta manera, la investigación, inicia de la deducción en donde se coleccionará información de las exportaciones de snack de yuca y establecer su calidad de aprobación, además se analizará los conceptos generales de las bases teóricas para aplicar una propuesta práctica en la empresa.

Por otro lado, el método inductivo admite estudiar los costos de producción del snack de yuca para posteriormente crear un precio de venta en el mercado extranjero, así misma la información cualitativa que presenta las empresas de Sucúa y el mercado para luego ser analizados.

2.3.3 Histórico- Lógico

El método histórico es la metodología utilizada por los historiadores para estudiar y analizar los hechos ocurridos en el pasado. Se utilizan fuentes primarias libros, investigaciones, ensayos, etc. y se apoyan en otras disciplinas para investigar una determinada época. (Ayala M. , 2018), El método histórico es importante para conocer los sucesos del mundo, de las regiones y de diversas etapas históricas, y de este modo comprender las manifestaciones actuales de las sociedades de nuestros días.

Ecuador tiene una gran capacidad de producción y es uno de los pocos países del mundo que exporta todo tipo de productos como: café, banano, flores, snack de tubérculos entre otros. Además, se han creado varias áreas especiales para el cultivo de yuca, que brindan la oportunidad de incrementar la competitividad en el mercado nacional e internacional, ya que los países siempre están orientados a la producción de productos de alta calidad para poder

mantenerse al día con las estrategias de los competidores.

Para los microempresarios líderes en la industria de producción de snack de yuca, el avance tecnológico y, al mismo tiempo, el enfoque emprendedor de los planes estratégicos de exportación en sus microempresas, para poder evaluarlos adecuadamente, es necesario enfocarse en nuevas oportunidades que les permitan identificar y asesorar relaciones, con la competencia y se enfoca en esta variedad con el fin de encontrar y desarrollar nuevos nichos de mercado para la introducción de sus nuevos productos, a la altura de la competencia, porque en tus manos está el descubrimiento, la consolidación y la mejora para la exportación de yuca al mercado de Canadá, es decir, el desarrollo de productos funcionales y de alta calidad en los que el público objetivo y el mercado objetivo quieran enfocarse.

Por lo tanto, lo que se presenta es un plan de exportación junto con nuevos productos provenientes de la materia prima que es la yuca, donde ofrece a los microempresarios nacionales e internacionales la oportunidad de desarrollar el potencial de todo producto y al mismo tiempo posibilitar la distribución a los usuarios finales para que experimenten diversos productos y apoyen a las microempresas locales y la producción de nuestro país, lo que promueve el desarrollo económico local y alienta a la pequeña industria a seguir invirtiendo y fabricando sus propios productos con excelente calidad.

2.4 Técnicas de la Investigación y Fuentes

Para el estudio del presente trabajo se utilizaron técnicas de investigación, que contribuyeron en el proceso de las distintas acciones realizadas en el proceso investigativo.

2.4.1 Encuesta

Según (Roldán & Fachell, 2015) define: La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo. (págs. 52-53)

La encuesta es una de las técnicas que se va a aplicar para recabar información sobre qué tan bueno es el producto y como lo necesita ya que la explotación toma su tiempo y la meta es que el producto llegue bien sin daños ya que el sabor se pierde es imprescindible saber si hace falta algo ya que se formularan varias preguntas que nos ayudan a tomar medidas para la elaboración de un plan adecuado que beneficie al producto y a nuestro país.

2.4.2 Observación

Para Campos & Lule (2012):

“La observación es una de las formas más sistematizadas y lógicas para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer. Consiste en utilizar los sentidos ya sea para describir, analizar, o explicar desde una perspectiva científica, válida y confiable algún hecho, objeto o fenómeno” (pág. 45).

2.5 Universo y Muestra

De acuerdo al Diccionario de la Lengua Española de la (Real Academia Española, 2017), el universo es una agrupación de individuos con características similares. En este estudio el producto propuesto estará dirigido al consumo de los habitantes del mercado de Canadá, empleándose para ello los canales de distribución ya existentes en el mercado destino.

El mercado de Canadá es un mercado importante que cuenta con una población de 38.005.238 habitantes, pero más reducido pero que se está incrementando su consumo tanto fresco como congelado y también de almidón. Con la finalidad de poner a disposición el producto al consumidor se ofertarán a miembros de los canales de distribución de la ciudad de Vancouver.

2.5.1 Muestra

La muestra es considerada como una fracción característica de una población, Cuando se

realiza trabajos investigativos y tienen un enfoque cuantitativo se deberá acudir a realizar un censo de no ser tan grande la población, en la investigación se toma como muestra a la población mercado de Vancouver que es de 2.264.900 habitantes ya que es el puerto más grande de Canadá y es el que distribuye a los demás puertos. Datos obtenidos de (Export Entreprises SA, 2020)

Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = 2.264.900 tamaño de la población

Z = 1.96 que corresponde con 95% del nivel de confianza

p = 0.5 probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = 0.5 probabilidad de fracaso

d = 0.05 que corresponde con 95% de precisión

Tabla 3 Nivel de confianza / Valores probabilísticos (Z)

% Error	Nivel de confianza	Valor de Z
1	99%	2.58
5	95%	1.96
10	90%	1.645

Tabla 4 Precisión (d)

Valor d	%
0.1	90
0.05	95
0.001	99

$$n = \frac{(2.264.900) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{0,05^2 * (2.264.900 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(2.264.900) * (3,8416) * (0,25)}{(0,0025) * (2.264.899) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{2.175.209}{(5.662.247) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{2.175.209}{5.663.207}$$

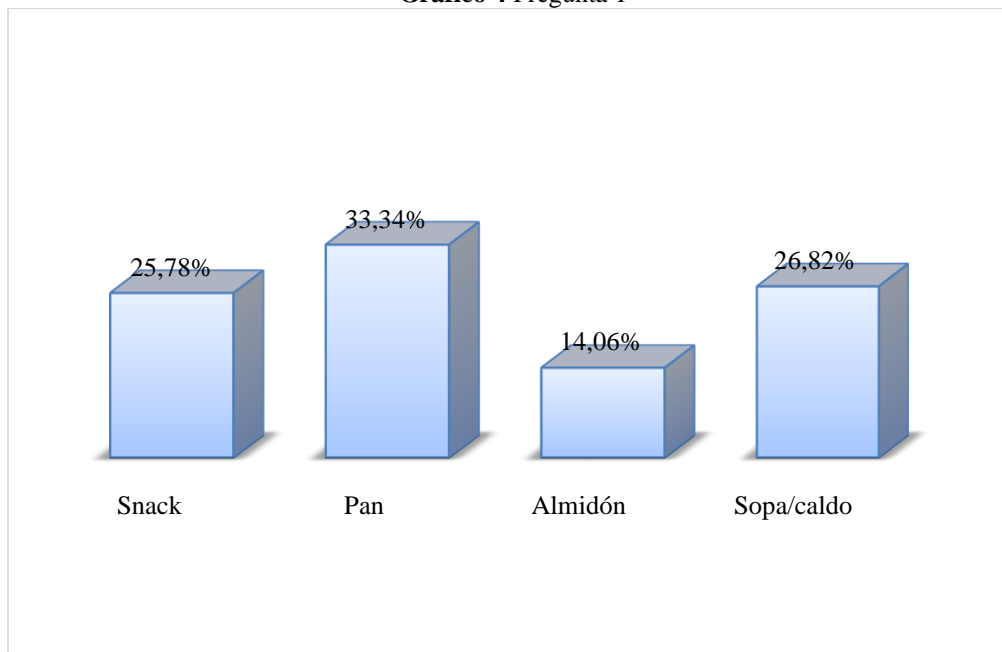
n= 384

2.6 Análisis de los Resultados

2.6.1 Análisis de Encuesta

1. ¿Cómo prefiere consumir la yuca en diferentes sustitutos?

Grafico 4 Pregunta 1



Fuente: Encuesta

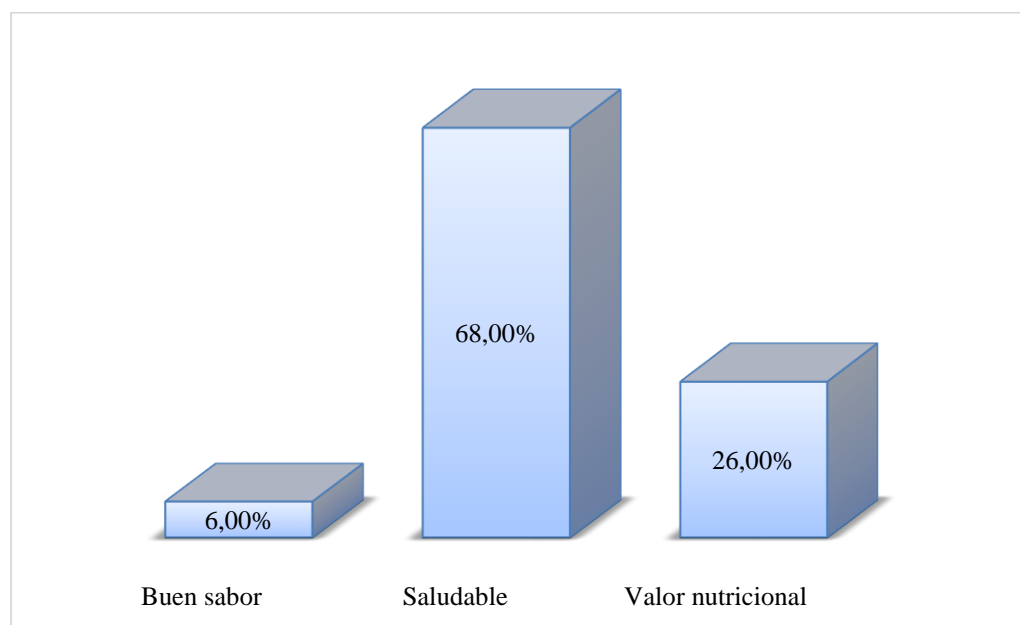
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

La opinión de las personas que consumen el producto es importante y por ello se indago para conocer cuál es la manera que ellos prefieren para consumir el producto, se halló que el 14,06% de los encuestados detallaron que han probado yuca en almidón, mientras que el 26,82% de los encuestados han probado yuca en sopa o caldo, el 25,78% ha probado yuca en snacks y finalmente el 33,33% la han probado en pan de yuca.

2. ¿Por qué consume yuca?

Grafico 5 Pregunta 2



Fuente: Encuesta

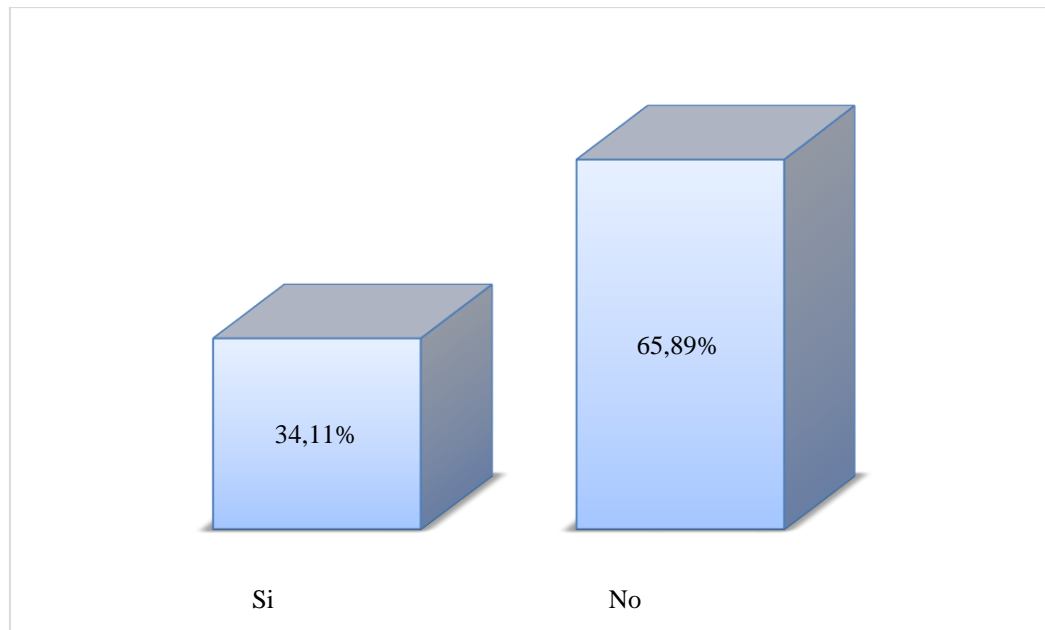
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

Las razones por la que las personas consumen el producto son varias y dentro de las más importantes están 68% respondieron que consumen yuca por considerarla saludable, mientras que 6% aseguraron consumirla por su buen sabor y 26% cuya respuesta fue la de consumir yuca por el alto valor nutricional que aporta, ya que hoy en día la mayoría de las personas adquieren productos que sean orgánicos y saludables sin importar el costo del producto.

3. ¿Tiene conocimiento que se puede preparar de varias maneras la yuca para el consumo?

Grafico 6 Pregunta 3



Fuente: Encuesta

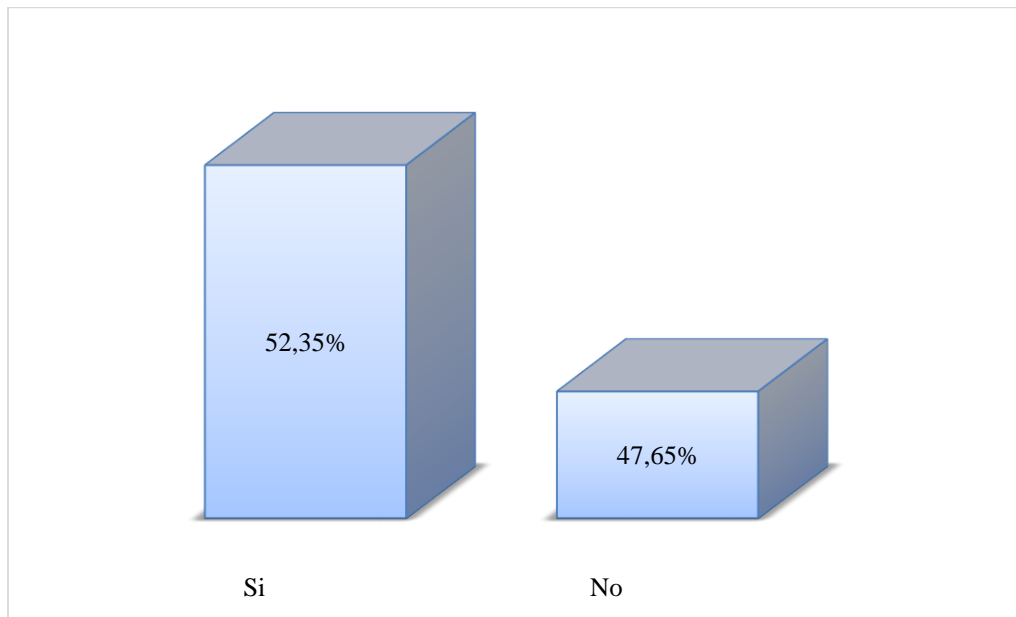
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

Los encuestados conocen el producto que es importado, pero no saben cómo sacar provecho y, se encontró que el 34,11% de los encuestados asevera conocer las diferentes maneras de preparación, mientras que el 65,89% afirma no tener conocimiento que se puede de las múltiples recetas culinarias que se puede elaborar a partir de esta materia prima.

4. ¿Tiene conocimiento que la yuca es bajo en grasa, alto en fibras, y actúa como relajante natural?

Grafico 7 Pregunta 4



Fuente: Encuesta

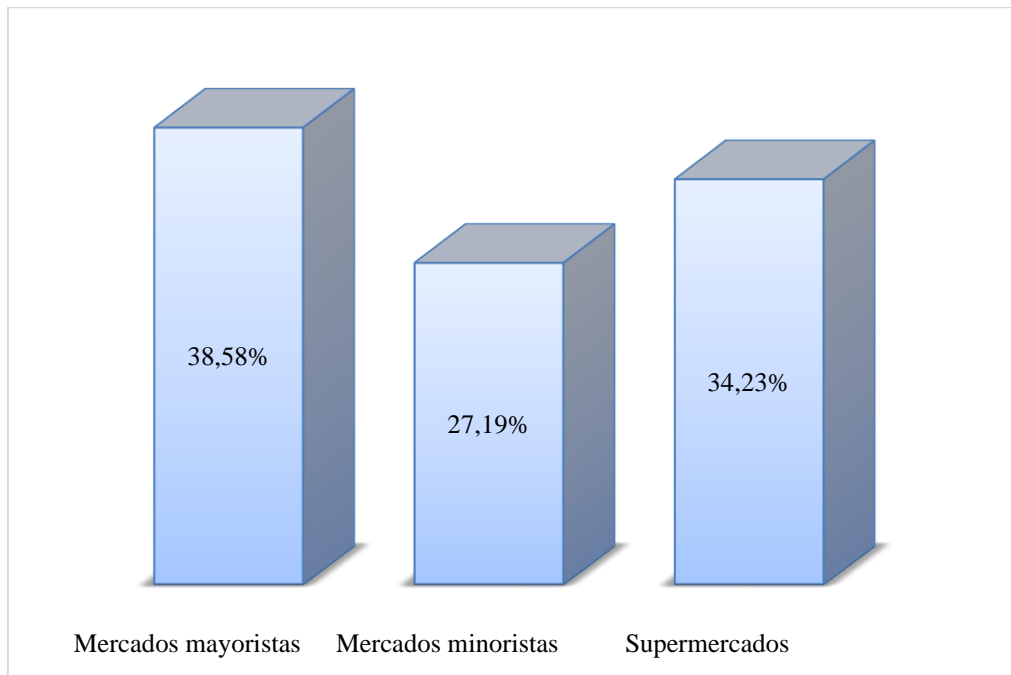
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

La pregunta a continuación sobre si el consumidor conoce que la yuca es baja en grasa, alto en fibras, y actúa como relajante natural, se encontró que el 47,65% de los encuestados afirma no conocer estas propiedades del jugo, mientras que el 52,35% afirman si tener dicho conocimiento, es por ellos que al exportar el productos se envía con la etiqueta donde se detalla los beneficios del producto para que así incremente el consumo y demanda del producto.

5. ¿Dónde prefiere comprar la yuca?

Grafico 8 Pregunta 5



Fuente: Encuesta

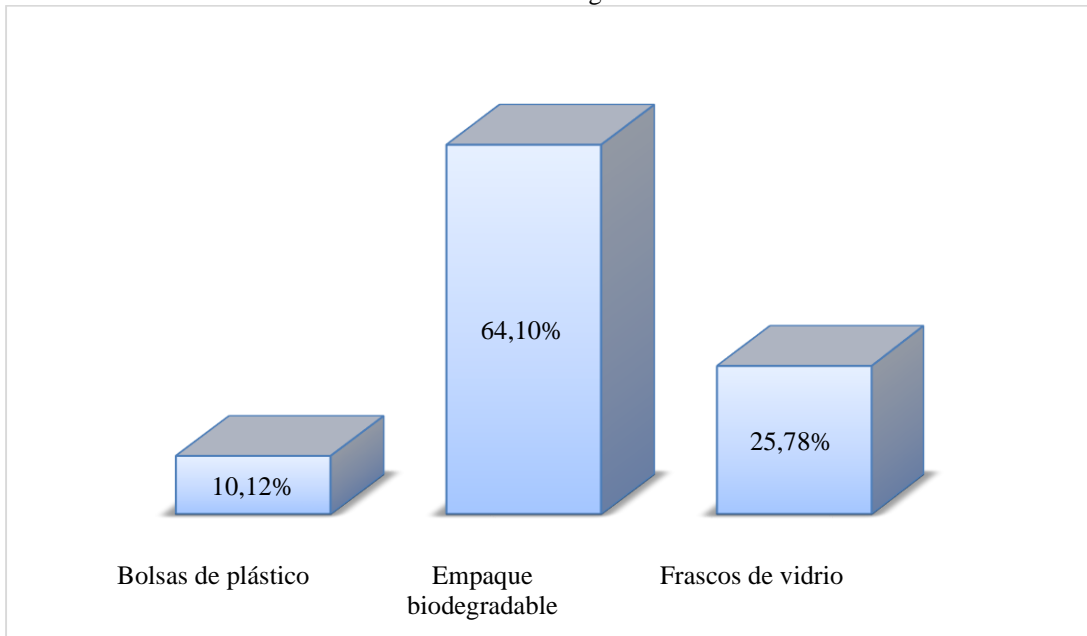
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

Las personas que son encuestadas dijeron que el producto que llega a los supermercados es el mejor ya que allí encuentran el que es de Ecuador y que no importa el precio para adquirir a diferencia de los mercados ya que ahí encuentra solo el producto del mismo país o exportados de otro lugar pero que el sabor del producto de Ecuador de Sucúa es mejor en muchos aspectos ya que es de buena calidad.

6. ¿Qué presentación del snack de yuca le gusta?

Grafico 9 Pregunta 6



Fuente: Encuesta

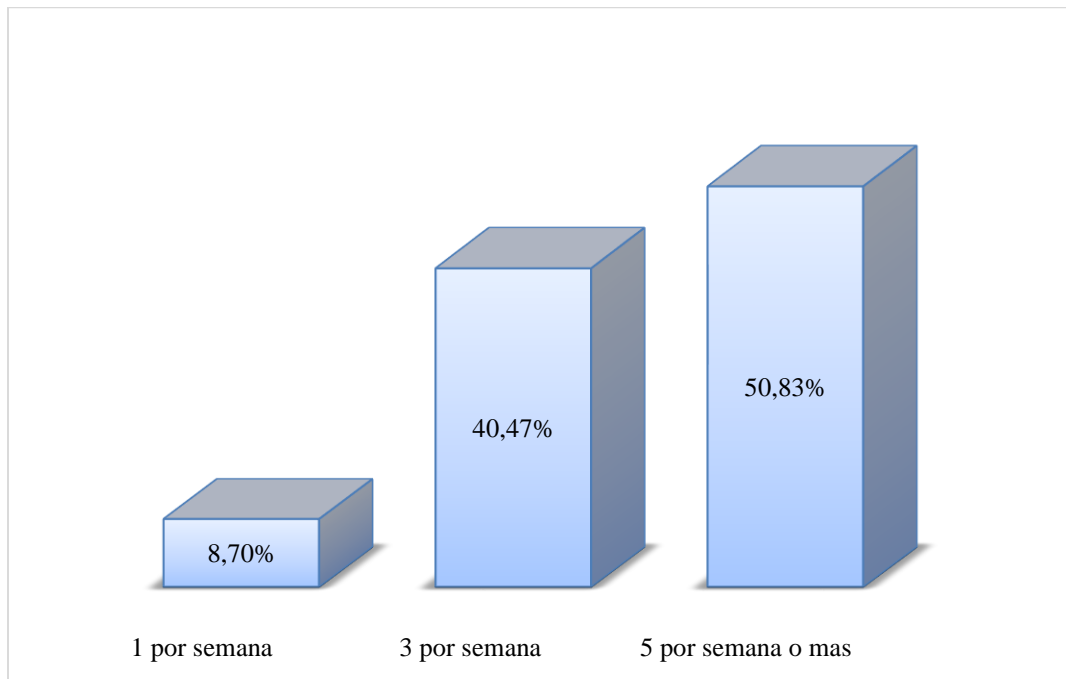
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

Las personas de los países con avances tecnológicos toman en cuenta muchos aspectos ya que ellos pagan impuestos si adquieren productos que no son amigables con el ambiente por ello, se encontró que el 10,12% de los encuestados afirma preferir los snacks de yuca en bolsas plásticas, mientras que 25,78% prefieren el almidón de yuca en frascos de vidrio, y el 65,10% de los encuestados, prefirieron en empaques biodegradables.

7. ¿Con que frecuencia consumir los snacks de yuca?

Grafico 10 Pregunta 7



Fuente: Encuesta

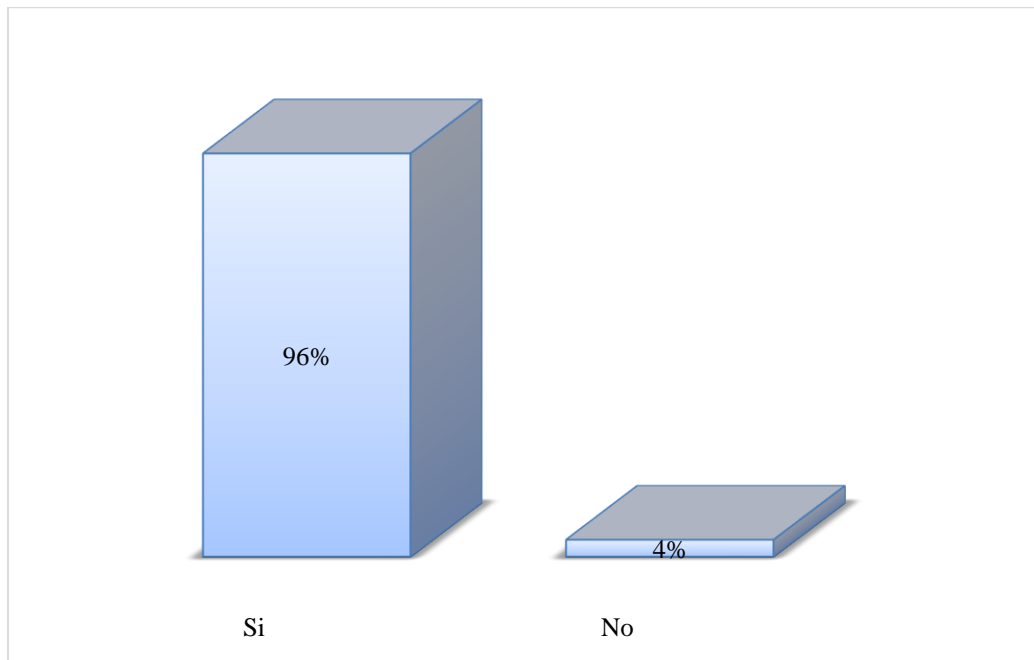
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

La frecuencia con la que el encuestado, compraría los snacks de yuca o productos derivados del mismo, se encontró que el 8,70% afirma que lo consumiría una vez por semana ya que la demanda del consumo es alta y es difícil de encontrar, mientras que 40,47% tres veces por semana, y el 50,47% señala preferir consumirlo cinco veces o más por semana.

8. ¿Considera que a través de las exportaciones de yuca se promueva la competitividad de los productores de Ecuador?

Grafico 11 Pregunta 8



Fuente: Encuesta

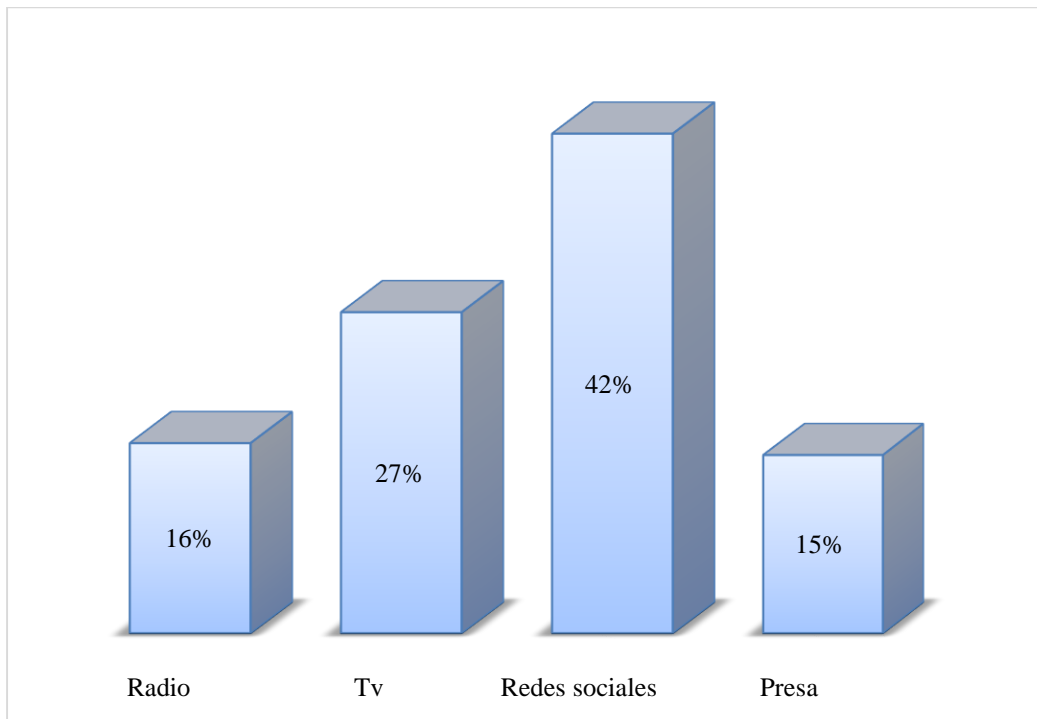
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

Se considera que a través de las exportaciones de snacks de yuca se promoverá la competitividad de los productores de Ecuador, se encontró que el 4,00% de los encuestados no lo consideran de esa forma, mientras que el 96,00% de los encuestados aseguran que en efecto a través de las exportaciones de yuca se promoverá la competitividad de los productores de Sucúa.

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación en los que Ud. conoce el producto?

Grafico 12 Pregunta 9



Fuente: Encuesta

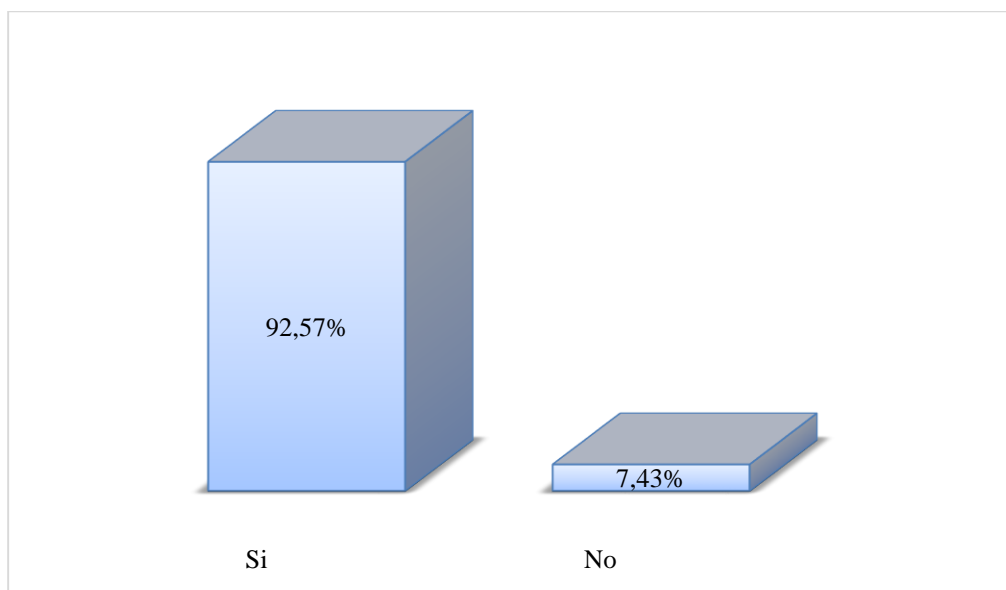
Realizado por: Pablo Vera

Análisis

Todas las personas tienen diferentes ocupaciones en el transcurso del día y es difícil conocer nuevos productos a partir de la yuca y es importante conocer por qué medios le gustaría enterarse de los productos al 32% redes sociales, 27% Tv, 26% radio ya que son los medios de comunicación con los que están más conectados y finalizando 15% otros medios como la recomendación de prensa, amigos o familiares.

10. ¿Estaría dispuesto a probar más productos derivados a partir de la materia prima que es la yuca?

Grafico 13 Pregunta 10



Fuente: Encuesta

Realizado por: Pablo Vera

Análisis

El mercado canadiense es conocido por adquirir productos derivados de materia prima orgánica que sean sin muchos conservantes ni preservantes y la gran mayoría dieron estar dispuestos a consumir más productos ya que el sabor es inigualable y que mejor consumir snack de forma sana y saludable ya que hoy en día muchas de las personas optan por comer orgánico.

De la encuesta realizada a los consumidores se logra concluir que la yuca y derivados de la misma es un producto de gran demanda popular en el mercado Canadiense, con una evidente favoritismo por las diferentes preparaciones a base del producto fresco, las personas del mercado de Canadá y son muy estrictas en cuanto al consumo de productos y es que siempre están al pendiente de que todo lo que consumen y lo que más buscan en el mercado es productos orgánicos sin preservantes y conservantes, Además dijeron que están dispuestos a consumir otros tipos de productos complementos de la yuca ya que la que es exportada desde Ecuador es de buena calidad por su sabor, textura etc., a diferencia de los otros países que son como competencia entonces se puede decir que la demanda del producto que exporta desde la ciudad de Sucúa es aceptable en Canadá.

2.6.2 Análisis de la Observación

La producción de yuca es de tipo perenne ya que dura mucho tiempo en ser cosechada, cada planta puede poseer un tamaño de aproximadamente 3 metros de altura el grosor del tallo está entre 2 y 4 cm de diámetro este cultivo puede tolerar temperaturas entre los 16 y 38 grados centígrados y no es exigente en cuanto a tipos de suelo, aunque la siembra de la yuca es un procedimiento aparentemente sencillo, hay algunos aspectos que se deben tener en cuenta que el cultivo, tomado en consideración que la yuca es uno de los alimentos más completos.

Lo ideal para ejecutar la siembra es realizar una buena selección de semilla luego de ser cultivada se procede a la desinfección y cuidado de la misma este producto no es exigente en cuanto al cuidado del suelo

Cosecha. - la yuca es cosechada y transportada a la plata de acopio hay que evitar que esta tenga ralladuras.

Pesada de las raíces frescas. - El peso antes y después del secado permite crear parámetros de rendimiento, tanto para las diferentes variedades como para el proceso mismo.

Lavado. - Para eliminar la suciedad de las raíces se usa agua con mucha presión, pues debe estar totalmente limpia y libertadas de microbios para su exportación.

Pelado. - Es la eliminación de la cáscara se hace si se va a elaborar harina blanca, si se desea integral no se pela. El pelado puede hacerse con equipos abrasivos o bien manualmente con cuchillos.

Troceado. - Para que las raíces se sequen más rápidamente es necesario aumentar la superficie expuesta al aire caliente. Esto se logra al cortarlas en trozos pequeños y uniformes.

Secado. – este proceso se realiza en una cámara que incrementa la temperatura con el principio de una cocina tradicional y que funciona con gas. La temperatura debe mantenerse en un rango no mayor a los 20 grados para evitar la descomposición y quemado de la raíz.

Parafinado. - es el tratamiento clave en la exportación de yuca fresca, consiste en sumergir la yuca en parafina líquida, la cual está a una temperatura superior a los 100 °C y dejarla solidificarse o secarse a temperatura ambiente, para protegerla del deterioro vascular.

Elaboración de productos. – los snacks de yuca tienen diferentes procesos que se muestran

en la figura 14, 15 y 16 que son los muchines, panes y chifles respectivamente cada uno de 250 gramos.

Empacado. - es puesta en cajas o gavetas que luego serán selladas y membretadas.

Control de Calidad. - Las normas de calidad para la yuca seca, fijada hasta el momento por parte de las empresas compradoras, son las siguientes:

Humedad: Entre 12 y 14% máximo

Fibra: 4% máximo Ceniza: 5% máximo

Aflotoxinas: ausentes

El producto debe estar en buenas condiciones, es decir, sin olor a fermento y sin contaminaciones (libres de piedras y otras basuras). Todo el proceso depende mucho de que se va a exportar si en snack, harina, pan etc.

Exportación. – Para el envío se coloca en caja de 20 kilos con un tamaño de 22 cm de alto, 39 cm de ancho y 49 cm de largo, considerado el más óptimo para la ubicación en pallets de 1,00 m por 1,20 m a utilizarse en los contenedores.

2.7 Instrumentos para Justificar la Propuesta

2.7.1 Análisis PEST

Para (Martín, 2017) PEST, PESTEL (también conocido como PESTLE) es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos.

Variables políticas. Son los aspectos gubernamentales que inciden de forma directa en la empresa.

Variables económicas. Hay que analizar los datos macroeconómicos, la evolución del PIB, las tasas de interés, la inflación, la tasa de desempleo, el nivel de renta, los tipos de cambio, el acceso a los recursos, el nivel de desarrollo y los ciclos económicos.

Variables sociales. Los factores a tener en cuenta son la evolución demográfica, la movilidad social y cambios en el estilo de vida.

Variables tecnológicas. Resulta algo más complejo de analizar debido a la gran velocidad de los cambios en esta área.

Tabla 5 Análisis PEST

Políticos	Económicos
- Tratado de libre comercio con la UE.	- Crecimiento económico.
- Inestabilidad Política	- Variabilidad del tipo de cambio.
- Legislación de protección Ambiental.	- Evolución del poder adquisitivo del consumidor.
- Partidos políticos en el poder	- Nivel de aranceles
Sociales	Tecnológicos
- Responsabilidad social	- Mejoras e innovaciones biotecnológicas.
- Fuentes de empleo	- Uso de tecnologías de información.
- Calidad de vida de la población	- Velocidad de transferencia de tecnología.
- Presencia de movimientos ambientalistas	

Realizado por: Pablo Vera

El análisis PEST se puede concluir que por la tendencia de consumo del producto de snack de yuca en el mercado Canadiense se identifica un mercado potencial, así como considerar la preferencia por productos sencillos, naturales y ecológicos ya que hoy en día muchas de las personas optan por el cuidado de la salud con productos libres de preservantes.

2.7.2 Análisis DAFO (FODA)

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. (Asana, 2021)

El análisis FODA es un instrumento simple y, a la vez, importante porque tiene el beneficio de ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora, permite trabajar para perfeccionar el negocio, es indispensable conocer los factores internos y externos tanto positivos como negativos ya que ahí se conoce a fondo cómo se maneja todo el plan de exportación de snacks de yuca de Ecuador del cantón Sucúa al mercado Canadiense.

Fortalezas: Atributos de la organización que son útiles para lograr el objetivo.

Debilidades: Atributos de la organización que son perjudiciales para la consecución del objetivo.

Oportunidades: Condiciones externas que son útiles para lograr el objetivo.

Amenazas: Condiciones externas que son perjudiciales para la consecución del objetivo.

Tabla 6 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Amplio nivel de consumo (nacional, internacional) - Marca reconocida en el mercado - Producto 100 % natural - Cumplimiento con normativa de calidad. - Experiencia y conocimientos en trabajar con este tipo de producto. - Bajos costos de producción 	<ul style="list-style-type: none"> - Abrir nuevos mercados (Exportaciones). - Alta demanda del producto en el mercado - Mejora en acceso a la tecnología nos permite producir y ofrecer un producto de mejor calidad. - Generación de mano de obra
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia del clima para realizar el proceso de producción - Clientes con pocos conocimientos profesionales sobre el uso del producto - Inestabilidad en los precios de la yuca - Alta incidencia de plagas 	<ul style="list-style-type: none"> - Importaciones desde países competidores, en temporadas de fuerte escases de yuca - Poca organización del sector yuquero - Competencia presente en el mercado por productos sustitutos - Inestabilidad económica y política del país

Realizado por: Pablo Vera

2.7.3 Modelo CAPA

Según (Ambit BST, 2021) El sistema CAPA, o las acciones correctivas y preventivas, es un elemento del sistema de calidad para la gestión e implementación de acciones que pueden venir derivadas de distintos orígenes, como reclamaciones, productos no conformes, no conformidades, retiradas de producto, desviaciones, auditorías, inspecciones regulatorias o también, como resultado de los distintos sistemas de monitorización, tanto de procesos como de calidad de producto.

El modelo CAPA es lo contrario al FODA es decir que se trata de buscar soluciones a los problemas identificados de los factores negativos y de los factores positivos pues fortalecerlos para así conocer las posibles estrategias que se lleva acabo para optimizar el plan de exportación hacia el mercado con alta demanda que es el mercado Canadiense.

Tabla 7 Modelo CAPA

Potenciar Fortalezas	Aprovechar Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Expandir el consumó del producto a todo el mundo - Mantener el producto 100 % natural - Capacitación constante al personal de producción - Mantener los costos bajos de producción - Innovación en la presentación del producto - Producto cumple con normativas de inocuidad y de comercialización nacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Buscar acuerdos con más países para las exportaciones del producto - Conservar la demanda del producto con los compradores - Innovación tecnología para producir producto de mejor calidad. - Fuentes de empleo permanentes
Corregir Debilidades	Afrontar Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Mantener el producto en condiciones optimas - Capacitación a los consumidores del producto para fines distintos - Plantear precios de la yuca y sustitutos - Fumigación para prevención de plagas y enfermedades 	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos con empresas para cubrir la demanda del producto - Buscar acuerdos con organizaciones agrícolas del sector yuquero - Mejorar la producción de productos derivados de la materia prima - Combatir la competencia de productos derivados - Cumplir con los requerimientos económicos y política del país

Realizado por: Pablo Vera

CAPÍTULO III

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1 Título de la Propuesta

Creación de un plan de negocios exportador de derivados de yuca del cantón Sucúa para la comercialización en el mercado de Canadá (Puerto de Vancouver)

3.1.1 Objetivo de la Propuesta

Establecer cuáles son los procedimientos legales requeridos para realizar la exportación de los derivados de yuca para los segmentos más atractivos del mercado de Canadá de acuerdo a su demanda.

3.1.2 Describir la Propuesta

El comercio internacional en la actualidad ha incrementado más que nunca tanto en las importaciones son exportaciones a nivel integral, Como es el caso de Ecuador que se nota que su actividad exportadora es cada vez más importante ya que al integrarse a los demás países que lleva a cabo el comercio internacional a través de los tratados y los diferentes mecanismos, los productores del cantón Sucúa realizan la exportación de yuca gracias al apoyo del técnico de la Coordinación de Redes Comerciales del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), planteándose como objetivo principal de entregar cantidad y calidad de productos orgánicos hacia el mercado de Canadá.

A través del Proyecto de la Agenda de Transformación Productiva para la Amazonía que impulsa el MAG, se ha brindado asesoría en el cultivo de este y otros rubros, por medio de capacitaciones para el manejo integral de sus fincas, asistencia en cultivos, procesos de transformación de la materia prima, prácticas de manufacturas, apertura de mercados y acuerdos comerciales que favorezcan a los productores. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021)

El mercado de Canadá debido a su clima frío y las tipologías de sus suelos, importa hoy por

hoy cerca del 65% de las frutas, verduras y tubérculos frescas demandadas por el mercado. (Mendoza, Escobar, & Castelar, 2017, pág. 70). El mejor indicador del crecimiento de su consumo local es el incremento en las áreas de exhibición del producto en las cadenas de supermercados tradicionales tanto en fresco como en forma congelada, pesar de que los importadores consideran que tanto la yuca como otras raíces y tubérculos requieren de esfuerzos y apoyos promocionales para aumentar su consumo local (especialmente campañas de degustación en puntos de venta), el consumo se estima creciente, por lo tanto el interés de los importadores aumenta. (CEPAL, 2020)

La actual propuesta, fundamenta su importancia en la oportunidad que otorga a los productores de yuca del cantón Sucúa, de tecnificar su producción, de extender y ampliar sus límites de comercializaciones, de no limitarse a vender su producción a los exportadores, sino tornarse ellos mismos en exportadores de sus productos, tornando competitiva su actividad laboral, generando plazas de empleo, desarrollando su economía.

3.1.3 Beneficio de la Propuesta

- Los pequeños productores que comienzan exportar tienen un crecimiento de hasta el 20 % y la probabilidad de fracasar es un 9 % menor comparado con las empresas que no exportan.
- A nivel macroeconómico la exportación del producto resulta positiva para la balanza comercial cuenta corriente y de pagos de cualquier país.
- Cuando se exporta se ve implícita una demanda en la producción de bienes se multiplica el producto, así como los ingresos de la economía en general y los exportadores.
- Permite la diversificación de riesgos frente a mercados internos inestables minimizando los efectos de problemas macroeconómicos.
- Fomenta la operación con economías a gran escala aprovechando mejor las instalaciones existentes teniendo así un nivel de producción que implique menores costos unitarios.
- La exportación es una forma de desarrollo y fortalecimiento de los productores del cantón Sucúa sobre todo si los mercados internos son considerados competitivos.

- Aumenta la probabilidad de conseguir costos más rentables procedentes de una mayor demanda del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los que se exporta el producto o servicio.
- Prolonga el ciclo de vida de un producto.
- Existe una mejoría en la programación de la producción.
- Crea un equilibrio respecto al nuevos competidores en el mercado interno.
- La imagen empresarial mejora en relación con proveedores bancos y clientes.

3.1.4 Descripción del Producto

La yuca es un tubérculo producido en suelos ácidos y secos. La yuca en Ecuador es un cultivo tradicional que se produce en la costa occidental, la amazonia oriental, se consume de diferentes maneras como: harina de yuca, pan de yuca, los enrollados, tortillas, buñuelos, helados, dulce, deditos de yuca rellenos, muchines, pizza, tamales y la famosa yuca con carne mechada.

La yuca puede ser blanca o amarillenta esta verdura contiene una gran cantidad de hidratos de carbono en forma de almidón, y aporta energía rápida es un alimento adecuado para aquellas personas que deben hacer esfuerzos físicos, es un potente digestivo, es desintoxicante y depurador, antiinflamatoria gracias a su capacidad de reforzar el sistema inmunitario evita las enfermedades por microorganismos, para las mujeres en periodo de gestación así como también durante la lactancia mejora la salud de la madre y previene enfermedades en el niño a por una buena cantidad de calcio, nos asegura unos huesos fuertes y sanos incluyendo, por supuesto los dientes también es muy recomendable en personas que sufren diabetes tipo 2, esta planta ha sido alimento básico muchas culturas latinoamericanas.

Grafico 14 Producción de yuca del cantón Sucúa



Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021)

3.1.4.1 La Composición Nutricional

La yuca es un alimento con un aporte discreto a nivel nutricional. Buena parte de su composición es agua, hidratos de carbono y fibra, y aunque no posee grandes cantidades de micronutrientes, es rica en vitamina C, vitamina B1, manganeso o potasio, por ejemplo. Concretamente, 100 gramos de este vegetal aportan los siguientes compuestos, según el (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020):

- ✓ **Energía:** 160 calorías
- ✓ **Proteínas:** 3,2 gramos
- ✓ **Grasas:** 0,4 gramos
- ✓ **Hidratos de carbono:** 26,9 gramos
- ✓ **Fibra:** 1,8 gramos
- ✓ **Vitamina C:** un 34% de la cantidad diaria recomendada
- ✓ **Vitamina B1:** un 6% de la cantidad diaria recomendada

- ✓ **Potasio:** un 8% de la cantidad diaria recomendada

3.1.4.2 Diseño del Producto

El nombre de la empresa será ECUATROPICAL593 en referencia que el producto elaborado es proveniente de la zona Tropical del país y 593 es el código con el que se reconoce al país a nivel mundial y la marca nombrada SNACKYUC y que consisten en los procesamientos de alimentos caseros basados en yuca como: muchines, panes, y chifles que se los envasará en una funda térmica de 250 gramos.

3.1.4.2.1 Slogan

Doraditas son más exquisitas

3.1.4.2.2 Composición

El producto snacks de yuca es hecho de yuca de excelente calidad, los snacks de yuca son una buena alternativa con fuentes de vitaminas "A", carbohidratos, calcio y proteína

3.1.4.2.3 Logo

Figura 7 Logo de la marca



Realizado por: Pablo Vera

3.1.4.2.4 Psicología del color

Los colores pueden influenciar las emociones y el estado mental de las personas. Dependiendo de las tonalidades, estas pueden causar un determinado efecto como el irritar, relajar o calmar a las personas.

- ✓ **Amarillo:** “El amarillo representa la luz y el oro. Suele relacionarse con la felicidad, la riqueza, el poder, la abundancia, la fuerza y la acción” (García, 2020).
- ✓ **Azul:** es un color que transmite seguridad, tranquilidad, protección y salud además transmite confianza y tranquilidad.(García, 2020).
- ✓ **Bandera:** Por la identidad

2.1.4.2.5 Empaque

Para el empaque del producto se am elegido bolsas laminadas ya que brinda una barrera preservadora contra la luz, la humedad y el oxígeno conservando su producto fresco por más tiempo.

Adiciones Especiales:

- ✓ Zipper
- ✓ Tear notch (Mecanismo abre fácil)

Figura 8 Medidas del empaque del producto

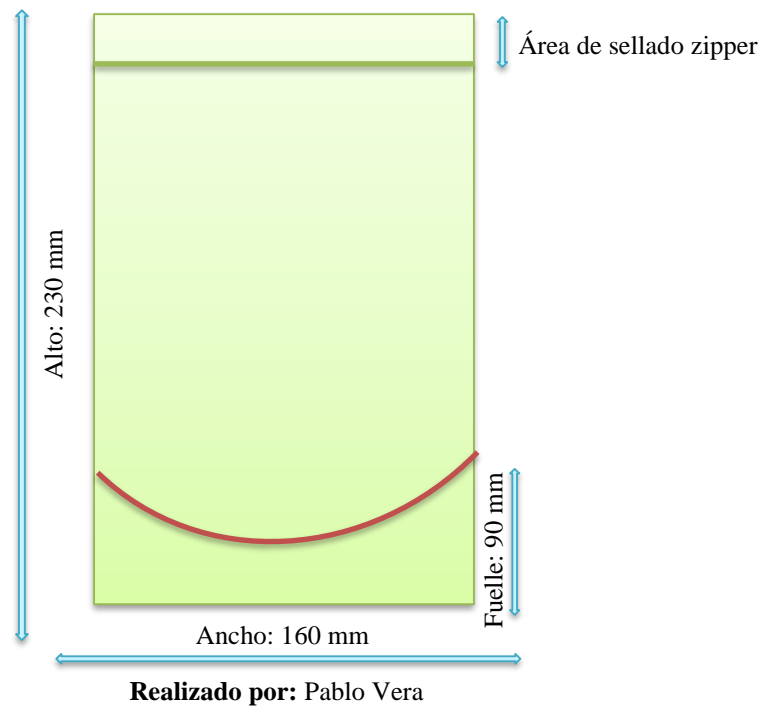


Figura 9 Empaques de los snack de yuca



Realizado por: Pablo Vera

3.1.5 Partida Arancelaria

La partida arancelaria es una codificación que tienen a nivel mundial todos los productos y depende el país que paga impuestos cada producto, si los dos últimos dígitos lo hace el país los seis primeros es a nivel mundial, los cuatro últimos a nivel Sudamérica a nivel regional los últimos dos a nivel país y podemos ver que la partida arancelaria tiene 10 dígitos, los primeros dos son el capítulo, los siguientes cuatro son la partida los últimos seis son las subpartidas, los últimos 8 a nivel subpartida Andina regional y la subpartida nacional que son los dos últimos.

Tabla 8 Partida arancelaria de la YUCA

LISTADO DE ARANCELES PREFERENCIALES PARA LAS IMPORTACIONES PROCEDENTES DE ECUADOR AL 2021			
Incisos arancelarios VI Enmienda			
No.	Código	Descripción	% Arancel Preferencial 2021
134	1108.14.00.00	Fécula y derivados de yuca	0

Realizado por: Pablo Vera

3.2 Desarrollo del Estudio Técnico

3.2.1 Localización

La presente tesina tiene como principio conocer la localización ya que es necesaria para identificar las posibles ventajas que exige el proyecto para su precedente investigación y estudio, para comprobar su posible factibilidad para en algún momento poner en práctica lo investigado.

El objetivo principal es que a través del estudio se logre optimizar rentabilidad reduciendo el valor de la inversión y los valores que se origina a lo largo del período productivo. La localización está compuesta por dos fases: macro localización y micro localización.

3.2.2 Macro Localización

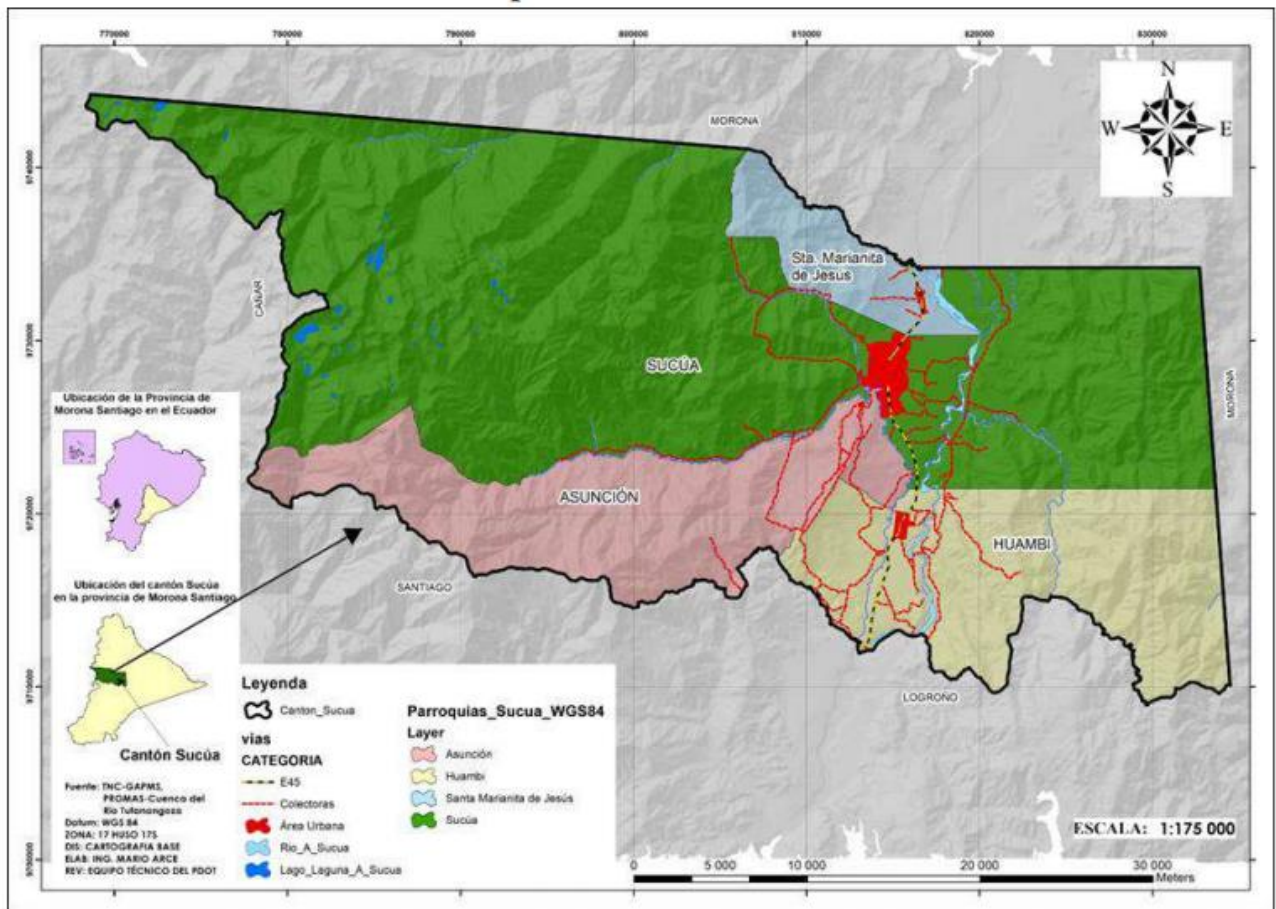
El proyecto de investigación se lleva a cabo en la provincia de Morona Santiago es la

cabecera cantonal del cantón Sucúa, Morona Santiago es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al centro sur del país, en la zona geográfica conocida como región amazónica, principalmente en los flancos externos de la cordillera occidental en el oeste y la extensa llanura amazónica al este. Se encuentra dentro de los siguientes límites: por el Norte una línea recta imaginaria desde los límites las provincias Chimborazo y Cañar, hasta los nacimientos del río Arapicos, al sur con los límites actuales del cantón Logroño y Santiago, y al Oeste con la provincia del Cañar cuenta con una superficie de 1.310,8812 Km² que representa el 5.46% del total de la superficie de la provincia de Morona Santiago, está conformado por las parroquias Sucúa, Huambi, Santa Marianita de Jesús y Asunción (GAD del Cantón Sucúa, 2021, pág. 26)

El cantón Sucúa, es un territorio con vocación turística gracias a sus atractivos naturales y culturales, a pesar de que el motor de la economía es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, de las cuales existe asociaciones dedicadas a la exportación de yuca y derivados.

Entre las asociaciones esta la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios de Huamboya, Asociación de Ganaderos 24 de Mayo de Santa Rosa, Asociación Manos Productivas de Tayuza, Asociación Megajerasesef de Limón Indanza, Aprocag de Gualaquiza, Asociación El Cristal de Sucúa y dos productores independientes: María Peaza y Julio Laime. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2020).

Figura 10 Localización de Cantón Sucúa en Ecuador



Fuente: TNC, PROMAS, ECORAE
Realizado por: (GAD del Cantón Sucúa, 2021)

3.2.3 Micro Localización

La micro Localización se realizará en la ciudad de Guayaquil donde se procesarán los productos (snack de yuca) en un negocio que llevará por nombre ECUATROPICAL593. Que indica que el negocio es ecuatoriano ya que la materia prima es especialmente de la zona Tropical del país y 593 es el código con el que se reconoce al país a nivel mundial. Dedicada al procesamiento de alimentos caseros basados en yuca cuyos productos tiene la marca denominada SNACKYUC y que consisten en: muchines, panes y chifles.

3.2.4 Localización del Negocio

Estaría ubicada en la ciudad de Guayaquil en la Cooperativa Santiaguito Roldós Solar E Villa

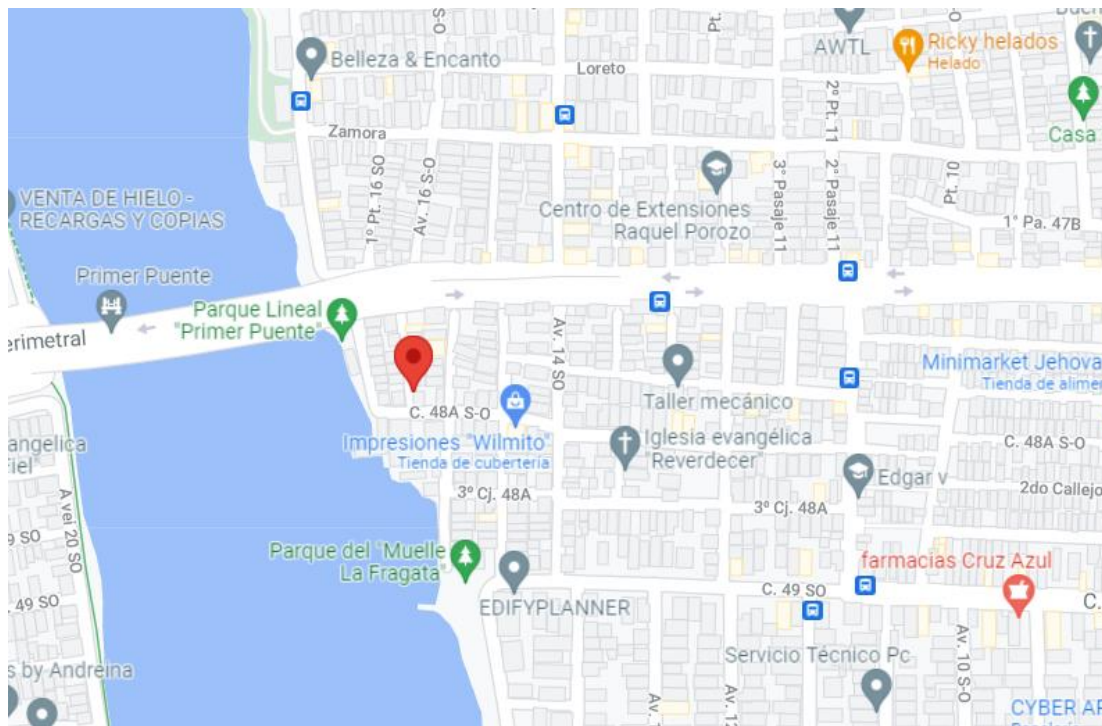
1, Guayaquil, en un terreno propiedad de la familia del autor de este proyecto con una disponibilidad de 50 hectáreas de las cuales se utilizarán 10 para la producción de yuca y aproximadamente 1000 metros para la construcción e instalación de la planta.

El terreno por su ubicación cercana a la ciudad facilita la obtención de materia prima desde Sucúa, acceso a transporte, servicios y mano de obra, cuenta con un clima de 25°C y viento del SO a 18 km/h, humedad del 84 %. Y operaría con materia prima recolectada en el cantón Sucúa de la Provincia de Morona Santiago.

3.2.5 Registros y Patentes

Para una buena aceptación del producto es importante que el producto cumpla con los requisitos necesarios de sanidad. Esta empresa tiene el certificado de registro de Alimentos Procesados para Registro Sanitario del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical. Leopoldo Izquieta Pérez, de la escuela Politécnica Nacional.

Figura 11 Localización de la procesadora de yuca en Daule -Guayaquil



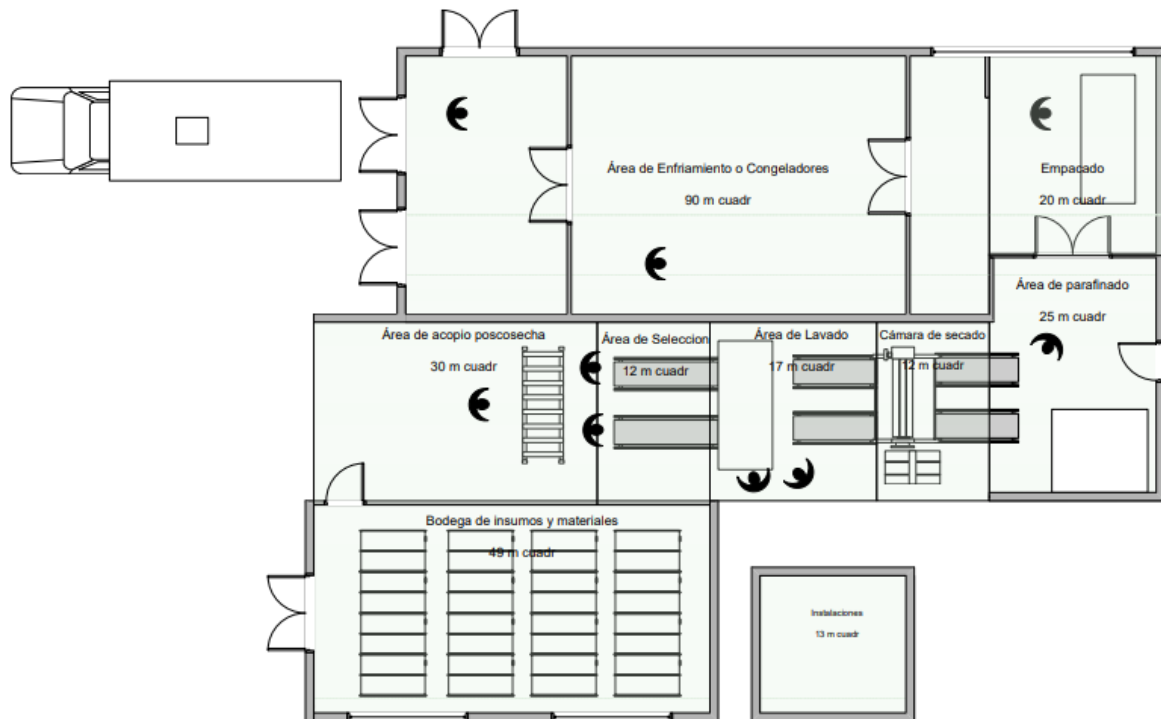
Fuente: Google maps
Realizado por: Pablo Vera

3.3 Descripción de la Propiedad y Activos del Proyecto

3.3.1 Infraestructura y Obra Civil

Determinado el proceso productivo se hace necesario estimar en función de las actividades a realizarse la distribución de la planta. La distribución requiere fundamentarse en principios generalmente aceptados como: Principio de aprovechamiento del espacio, Principio ergonómico, Principio de seguridad.

Figura 12 Áreas de infraestructura y obra civil



Realizado por: Pablo Vera

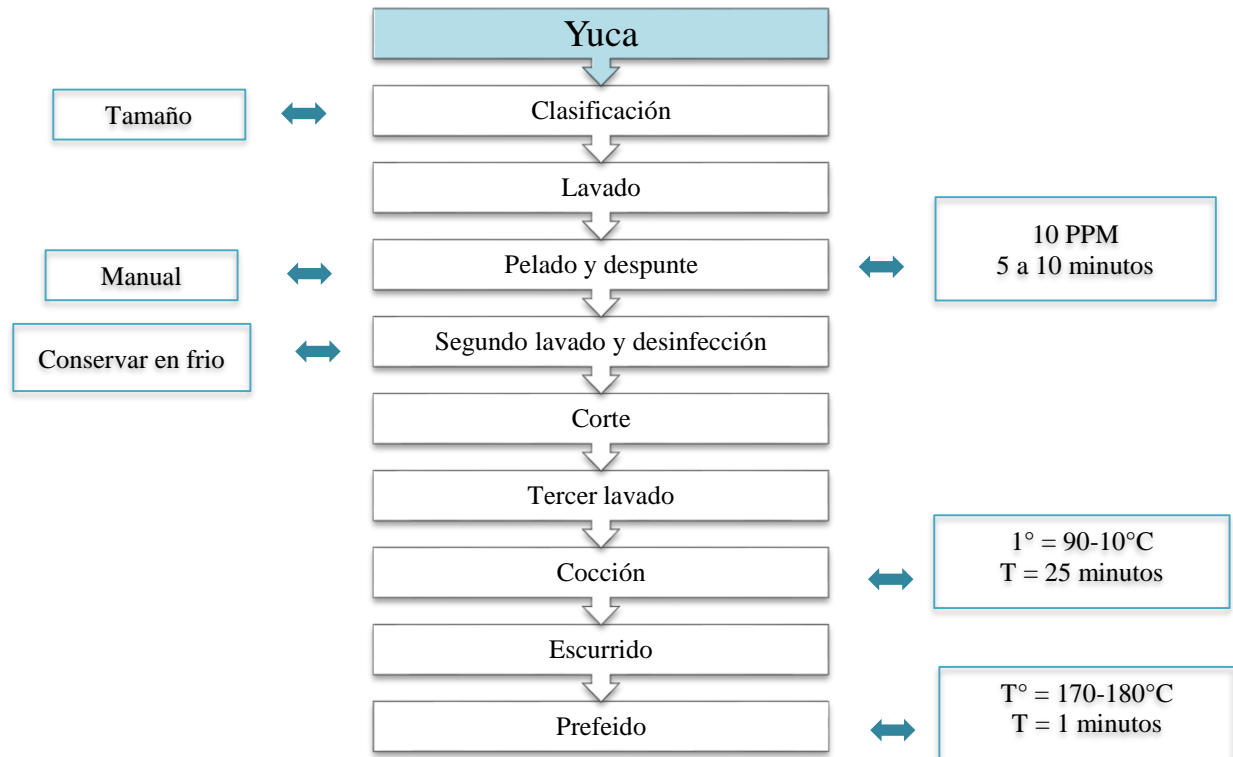
Proceso Productivo

1. Recepción de materia prima recolectada en el Cantón Sucúa. Provincia de Morona Santiago
2. La yuca recolectada es colocada en el depósito de almacenamiento

3. Gerente de Calidad y Producción será el encargado de seleccionar y verificar las yucas de alta calidad, separarlas para empezar el lavado de las mismas.
4. Proceso de pelar las yucas: empleado 1 se encargará de ir pelando yuca tras yuca, luego las dirige a los tanques de polietileno para su almacenamiento. Una vez que estén completamente limpias las retira.
5. Empleado 2 coloca las yucas en la máquina cortadora para darles las respectivas formas a los snacks.
6. Empleado 1 retira los moldes de yuca y los coloca en la máquina freidora.
7. Empleado 2 traslada los snacks fritos a la mesa de trabajo.
8. Gerente de Calidad y Producción se encarga de seleccionar los snacks de alta calidad y los coloca en la balanza electrónica para que el empleado 1 realice el correcto pesaje de 250 gramos.
9. El empleado 2. Lleva los diferentes recipientes hacia la máquina empaquetadora para la correcta envoltura y sellado de los snacks con su respectivo código de barra.
10. Empleado 1 retira los snacks y los coloca en cartones (24 snacks por cartón).
11. Empleado 2 realiza el embalaje de las cajas, que serán colocadas en un contenedor de 20' para ser exportadas hacia Vancouver (Canadá)

3.3.2 Flujograma del Proceso Productivo

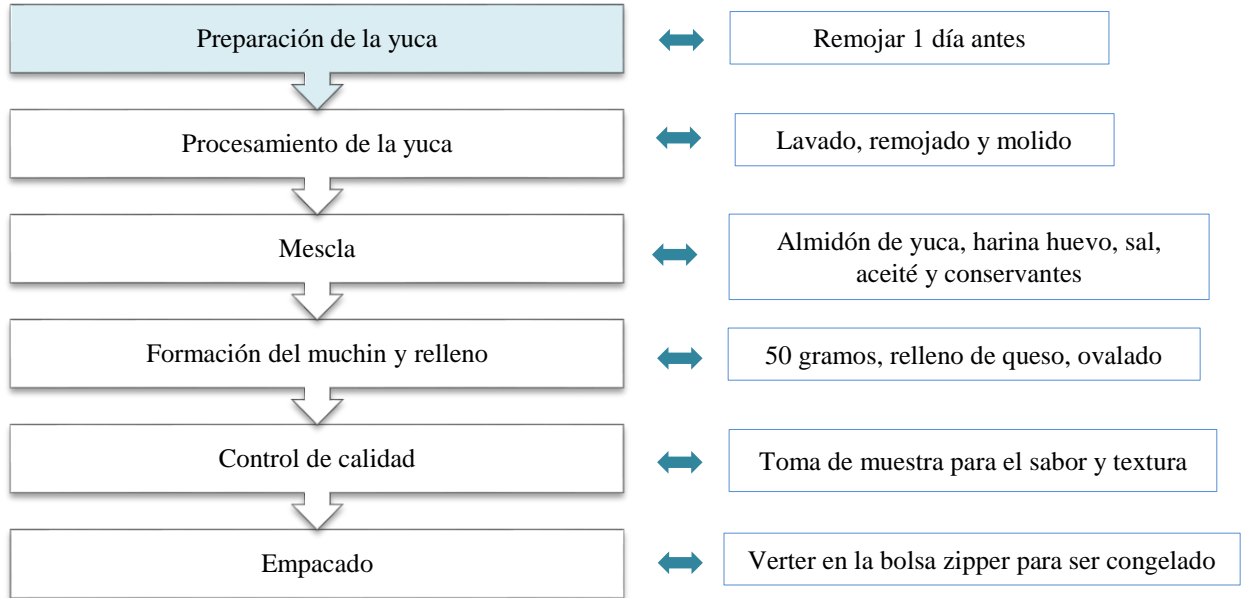
Figura 13 Flujograma del proceso productivo



Realizado por: Pablo Vera

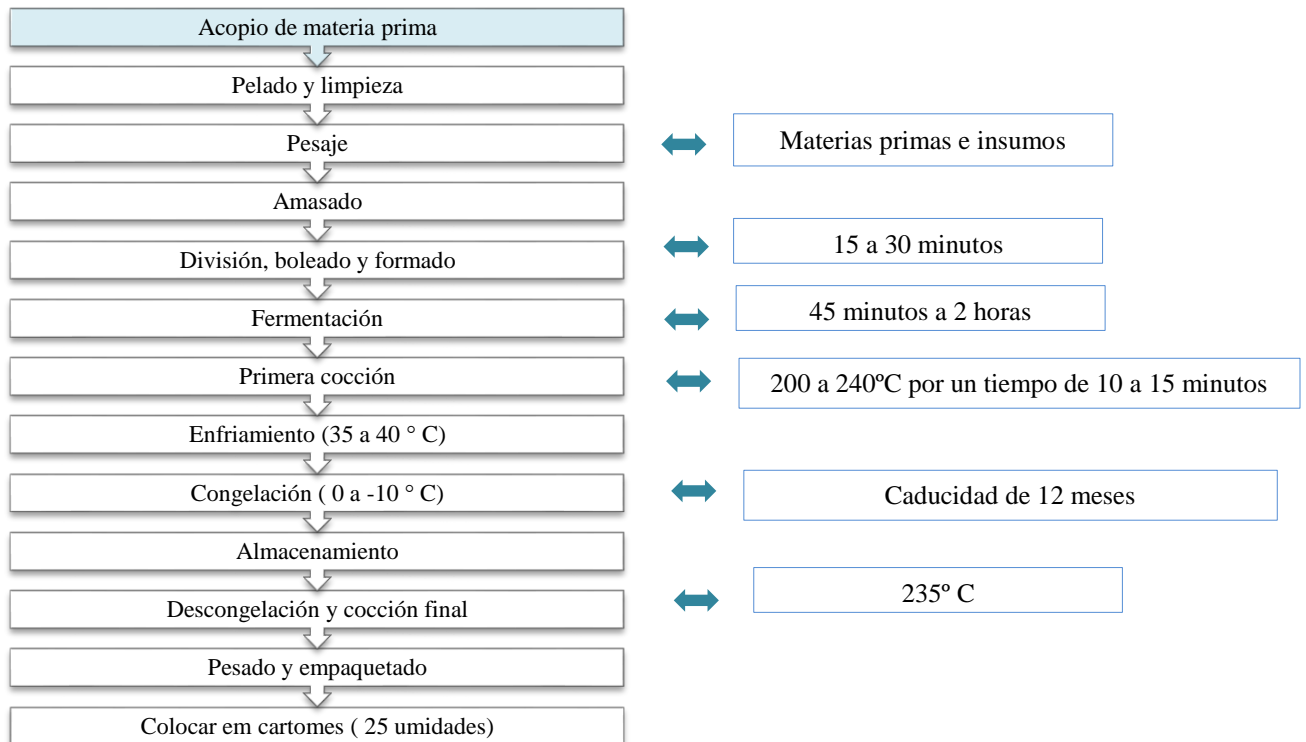
3.3.3 Flujograma del Proceso Productivo de los Snacks

Figura 14 Flujograma del proceso productivo de muchines



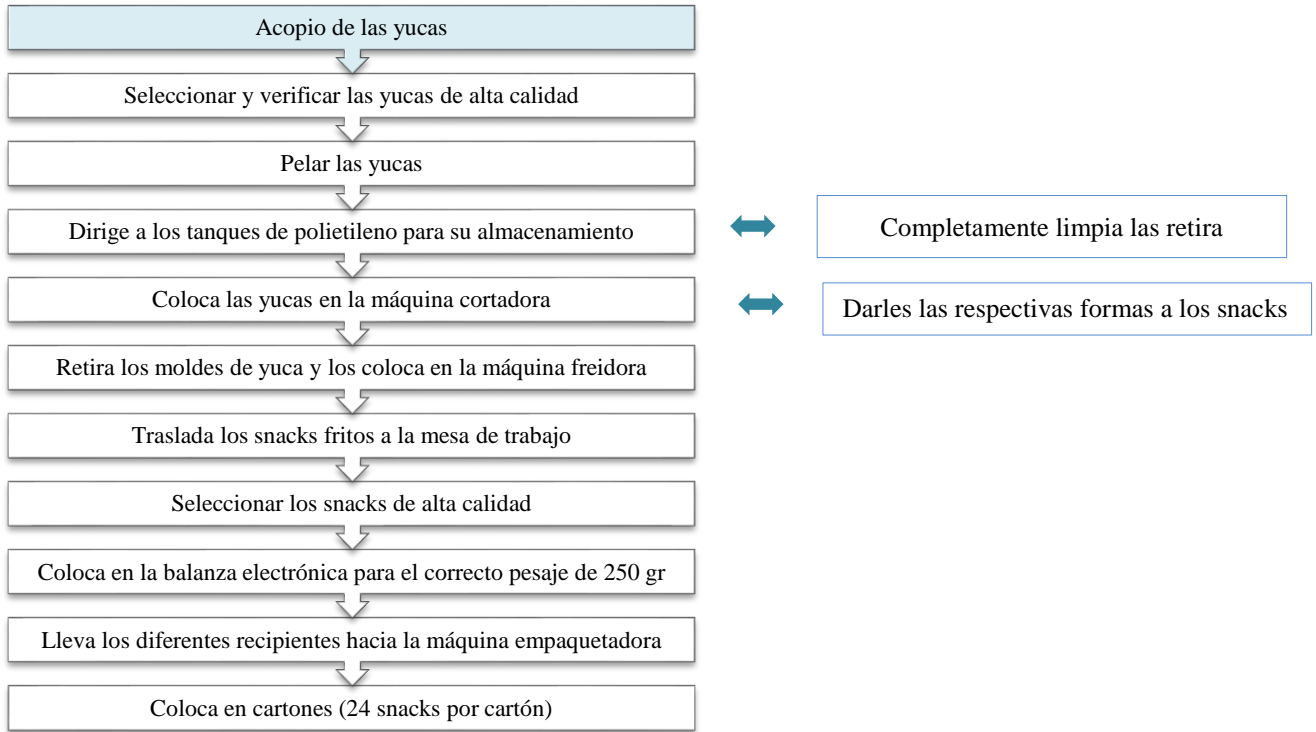
Realizado por: Pablo Vera

Figura 15 Flujograma del proceso productivo de panes



Realizado por: Pablo Vera

Figura 16 *Flujograma del proceso productivo de chifles*



Realizado por: Pablo Vera

3.3.4 Proceso de Exportación

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación.

Figura 17 Proceso de exportación



Realizado por: Pablo Vera

Documentos a presentar.

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte.
-

3.4 Plan de Inversión

Para el proyecto que se lleva acabo las inversiones que se necesita son activos fijos y activos diferidos, los activos fijos está integrado por los bienes y derechos de la empresa que no están destinados a la venta sino a asegurar su funcionamiento y continuidad y los activos diferidos hace referencia a los bienes y servicios por los que una empresa paga de forma anticipada, aunque, no necesariamente, hayan sido utilizados. Todos los requerimientos son importantes para poner en marcha el plan de exportación.

3.4.1 Estudio Económico - Financiero

Inversión Inicial

3.4.1.1 Activos Fijos

Son los bienes visibles necesarios para el proyecto de exportación que estamos realizando.

Tabla 9 Activos fijos/Costos de Equipos y Maquinarias

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
COSTO DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS				
Cortadora de sierra para yuca	2	\$ 3.600,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00
Empacadora al vacio	1	\$ 2.750,00	\$ 2.750,00	\$ 9.950,00
Picadora industrial	2	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	\$ 19.950,00
Mesa en acero inoxidable	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	\$ 21.750,00

Tinas tanques de lavado en acero inox	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00	\$ 23.250,00
Ollas en acero inoxidable	2	\$ 320,00	\$ 640,00	\$ 23.890,00
Caballetes para control de calidad (inox)	1	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 24.640,00
Fechadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 25.440,00
Estirilizador	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 25.740,00
Congeladores	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00	\$ 28.340,00
Cocina industrial	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 28.500,00
Tanques de lavado para el producto	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 29.700,00
Horno de secado tubular	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 33.700,00
Balanzas industriales	2	\$ 275,00	\$ 550,00	\$ 34.250,00
Tanques de gas industrial	3	\$ 120,00	\$ 360,00	\$ 34.610,00
	Subtotal		\$ 34.610,00	

Realizado por: Pablo Vera

La maquinaria utilizada en el proceso productivo suma un total de 34.610,00 dólares.

Tabla 10 Activos fijos/Muebles de Oficinas

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
MUEBLES DE OFICINAS				
Escritorio	2	\$ 360,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Archivador	1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 960,00
Central de teléfonos	1	\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 2.310,00
Sillón de Escritorio	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 2.430,00
Sillas	2	\$ 40,00	\$ 80,00	\$ 2.510,00
Extintor de incendios 20 lb	1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 2.550,00
Basureros metálicos	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 2.564,00
	Subtotal		\$ 2.564,00	

Realizado por: Pablo Vera

Tabla 11 Activos fijos/Equipos de Oficinas

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
EQUIPOS DE OFICINAS				
Calculadora, Perforadora, Grapadoras, Tijeras, ligas, clip y más	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
	Subtotal		\$ 50,00	

Realizado por: Pablo Vera

Tabla 12 Activos fijos/Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computadora HP	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Impresora/scanner HP	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.300,00
Router Inalámbrico	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.400,00
	Subtotal		\$ 1.400,00	

Realizado por: Pablo Vera

Tabla 13 Activos fijos/Infraestructura

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
INFRAESTRUCTURA				
Instalaciones	1	\$ 35.500,00	\$ 35.500,00	\$ 35.500,00
	Subtotal		\$ 35.500,00	

Realizado por: Pablo Vera

3.4.1.2 Activos Diferidos

Son los bienes intangibles (servicios necesarios para la instalación del proyecto) dispuestos de amortizaciones a 5 años y son:

Tabla 14 Activos Diferidos

A) GASTOS DE ORGANIZACIÓN		
Descripción	Valor	Valor Acumulado
Gastos de Organización del Negocio	\$ 800	\$ 800
Subtotal	\$ 800,00	\$ 800
B) PATENTES Y LICENCIAS		
Legalización de Registros Sanitarios	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Certificados Varios de Exportación	\$ 2.000,00	\$ 4.500,00
Registro Exportación SENA	\$ 120,00	\$ 4.620,00
Obtención Token Electrónico(s años)	\$ 160,00	\$ 4.780,00

Registro Marca Propiedad Intelectual	\$ 2.000,00	\$ 6.780,00
Certificado de Origen 1 x mes a \$ 10.00	\$ 120,00	\$ 6.900,00
Subtotal	\$ 6.900,00	\$ 30.080,00
C) CAPACITACIÓN		
Capacitación a Empleados	\$ 500,00	\$ 500,00
Subtotal	\$ 500,00	\$ 500,00
D) PROMOCIÓN PRE OPERATIVA		
Diseño y Publicidad/ Pagina Web	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Creación de Logo	\$ 600,00	\$ 2.100,00
Subtotal	\$ 2.100,00	\$ 3.600,00
E) GASTOS DE EXPORTACIÓN		
Agente Aduanero \$ 400.00 x 1 X mensual	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Flete Internacional Aérea (1 por mes x 2,400.00)	\$ 28.800,00	\$ 33.600,00
Transporte Terrestre (Sucúa– Guayaquil) (1 por mes x \$ 800.00)	\$ 9.600,00	\$ 43.200,00
37 pallet´s en \$ 8.11 x mes	\$ 3.600,84	\$ 46.800,84
Subtotal	\$ 46.800,84	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 57.100,84	

Realizado por: Pablo Vera

El dueño del proyecto de exportación de snacks de yuca a Canadá, es el responsable de alertar, controlar e inspeccionar todo el proceso de recolección de la materia prima y de la elaboración de los productos y de la labor que cada miembro realice, evaluará periódicamente todo lo realizado según lo establecido, será la persona que contacte con clientes y proveedores para el funcionamiento del proyecto, además de las ventas, el proceso de exportación y cobranzas.

Tabla 15 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICAL DEL PROYECTO
INVERSIÓN FIJA

Descripción	Valor	
Costo de Equipos y Maquinarias	\$	34.610,00
Muebles de Oficinas	\$	2.564,00
Equipos de Oficinas	\$	50,00
Equipos de Computación	\$	1.400,00
Total de Inversión Fija	\$	38.624,00
INVERSIÓN DIFERIDA		
Gastos de Organización	\$	800,00
Patentes y Licencias	\$	6.900,00
Capacitación	\$	500,00
Promoción operativa	\$	2.100,00
Gastos de Exportación	\$	46.800,84
Total de Activos Diferidos	\$	57.100,84
INVERSIÓN CORRIENTE		
Imprevistos	\$	2.500,00
Tota de Imprevistos	\$	2.500,00
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	\$	98.224,84

Realizado por: Pablo Vera

Cabe destacar que no se ha contemplado la implementación de capital de trabajo, ya que las ventas proyectadas se las consideran al contado por que la cobranza de las misma se la ha estimado al contado ya que la gorma de pago es de pago anticipado, lo que representa un ingreso que se lo aplicara a la operación del negocio ya que las ventas se realizan una vez al mes y así mismo será la rotación.

3.4.2 Financiamiento de la Inversión

El financiamiento será al 100% a través de un préstamo en el banco de Pichincha por un valor de \$ 97,000.00 que se lo realizará a diez años al 17 % anual.

Tabla 16 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Préstamo:	\$ 100,000.00			
Tasa de interés:	17%			
Plazo:	120 meses			
Periodo	Interés Anual	Principal	Interés Acumulado	Amortización Principal
0	\$	\$	\$	\$ 100,000.00
1	17,000.00	10,000.00	17,000.00	90,000.00
2	17,000.00	10,000.00	34,000.00	80,000.00
3	17,000.00	10,000.00	51,000.00	70,000.00
4	17,000.00	10,000.00	68,000.00	60,000.00
5	17,000.00	10,000.00	85,000.00	50,000.00
6	17,000.00	10,000.00	102,000.00	40,000.00
7	17,000.00	10,000.00	119,000.00	30,000.00
8	17,000.00	10,000.00	136,000.00	20,000.00
9	17,000.00	10,000.00	153,000.00	10,000.00
10	17,000.00	10,000.00	170,000.00	0.00

Realizado por: Pablo Vera

3.4.3 Presupuesto de Operación

3.4.3.1 Presupuesto de Gastos

Se consideran los gastos de administrativos y de ventas los cuales se calculan sin restricciones y tomando como referencia lo que se debe de considerar en este tipo de negocios;

Tabla 17 Gastos de publicidad

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Página web / mantenimiento	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Material impreso/ roll up / POP	1	\$ 950,00	\$ 950,00
Spot publicitarios y pautas radiales	1	\$ 1.123,00	\$ 1.123,00
Subtotal			\$ 2.723,00

Realizado por: Pablo Vera

Tabla 18 Pago de servicios básicos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Luz	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Agua	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfono e internet	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Subtotal			\$ 170,00

Realizado por: Pablo Vera

- Publicidad y Promoción \$ 2,723.00
- Los servicios básicos (agua, energía) que consuman de acuerdo a la capacidad de los equipos y su uso diario. agua más \$170.00.
- Suministro de limpieza de \$ 150.00 mensual

3.4.4 Gastos de Nómina, Gastos Administrativos y Gastos de Ventas

Tabla 19 Gastos de nómina, gastos administrativos y gastos de ventas

Personal	Sueldo	Aporte Patronal 11,15%	13 er. Sueldo	14 to. sueldo	Total Anual
Gerente	\$ 12.000,00	\$ 1.338,00	\$ 1.000,00	\$ 425,00	\$ 14.763,00
Jefe de Calidad y Produce	\$ 9.600,00	\$ 1.070,00	\$ 800,00	\$ 425,00	\$ 11.895,00

Auxiliar de Producción 1	\$ 5.100,00	\$ 568,68	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 6.518,68
Auxiliar de Producción 2	\$ 5.100,00	\$ 568,68	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 6.518,68
Asist. Contable y Secretaria	\$ 5.100,00	\$ 568,68	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 6.518,68
	\$ 36.900,00	\$ 4.114,04	\$ 3.075,00	\$ 2.125,00	\$ 46.214,04

Realizado por: Pablo Vera

3.4.5 Depreciación de Activos Fijos

Tabla 20 Depreciación de activos fijos

Descripción	Costos	Fecha de Compra	Vida Útil	Depreciación Mensual	Depreciación Anual
Equipos y Maquinarias	\$34.610,00	En 2022	10 Años	\$ 288,42	\$ 3.461,00
Muebles de Oficinas	\$ 2.564,00	En 2022	10 Años	\$ 21,37	\$ 256,40
Equipos de Computación	\$ 1.400,00	En 2022	3 Años	\$ 38,89	\$ 466,67
Total				\$ 348,67	\$ 4.184,07

Realizado por: Pablo Vera

3.4.6 Gasto de Amortización

Tabla 21 Gastos de administración

GASTO DE ADMINISTRACIÓN	
Valor	\$ 800,00
Plazo	10 años a partir del 2022
Tasa Mensual	6,67 mensual

Realizado por: Pablo Vera

3.4.7 Costo de Producción

El producto será como se indicó anteriormente snacks de yuca (Muchines panes y chifle), que se los envasará en una funda térmica de 250 gramos que para su producción total ha incurrido en gastos de \$. 0.18 ctvs en fábrica y que serán vendidos a los países indicados en este proyecto en \$ 30.00 ctvs puestos en destino. Con el término aduanero CFR

Detalle de peso del Producto por unidad, caja de cartón, pallet y contenedor

Por unidad pesa 250°

Cartón para 24 unds 29°. Lo que totaliza un peso por caja con 24 unidades

En 3.50 kls por cartón

El cartón tiene como medidas 20 cmts de largo, 0.40 ctms de ancho y 0.30 cmts de alto, en el cual se envasarán 24 unidades de los productos derivados de la yuca indicados en el proyecto.

En cada pallet se palletizarán 150 cajas con 24 unidades arregladas en 10 cartones de ancho, 3 de largo y 5 de alto. Se Necesitarán 37 pallet's para el total de la carga que son 5550 cartones con 133.200 unidades, para que ingresen en la capacidad del contenedor

El contenedor es de 20' que llevaría un peso de 19.536 kls, debido a su capacidad, ya que el producto pesa 19.425 kls más el peso de los 37 pallet's con 3 kls cada uno que sumaría 111 kls, da un total de 19.537 kls.

Tabla 22 Costos de producción materiales indirectos

	COSTOS	MENSUAL	ANUAL	DIVISIÓN	
Caja/x 24 fundas de 250 grs x 5550	\$ 4,32	\$ 23.976,00	\$ 287.712,00	MPD	
Cajas	\$ 0,04	\$ 222,00	\$ 2.664,00	MPD	
Empaque	\$ 0,01	\$ 55,50	\$ 666,00	MPD	\$ 291.042,00
Energía	\$ 0,01	\$ 44,40	\$ 532,80	GGP	
Pallet's	\$ 0,05	\$ 227,50	\$ 3.330,00		
Mantenimiento de Maquinas	\$ 0,02	\$ 111,00	\$ 1.332,00	GGP	
Agua	\$ 0,01	\$ 49,95	\$ 599,40	GGP	
Misceláneos	\$ 0,04	\$ 238,65	\$ 2.863,80	GGP	\$ 8.658,13
TOTAL		\$ 24.925,00	\$ 299.700,00		\$ 299.700,13

Realizado por: Pablo Vera

3.4.8 División de Costos y Gastos de Producción

Tabla 23 Costo y gasto de producción

	COSTOS	MENSUAL	ANUAL	DIVISIÓN	
Caja/x 24 fundas de 250 grs x 5550	\$ 4,32	\$ 23.976,00	\$ 287.712,00	MPD	
Cajas	\$ 0,04	\$ 222,00	\$ 2.664,00	MPD	
Empaque	\$ 0,01	\$ 55,50	\$ 666,00	MPD	\$ 291.042,00
Energía	\$ 0,01	\$ 44,40	\$ 532,80	GGP	
Pallet's	\$ 0,05	\$ 227,50	\$ 3.330,00		
Mantenimiento de Maquinas	\$ 0,02	\$ 111,00	\$ 1.332,00	GGP	
Agua	\$ 0,01	\$ 49,95	\$ 599,40	GGP	
Misceláneos	\$ 0,04	\$ 238,65	\$ 2.863,80	GGP	\$ 8.658,13
TOTAL		\$ 24.925,00	\$ 299.700,00		\$ 299.700,13

Realizado por: Pablo Vera

DIVISIÓN DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN		
	MENSUAL	ANUAL
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima Directa	\$ 23.976,00	\$ 287.712,00
MOD		
Depreciación	\$ 348,67	\$ 4.184,07
Amortización	\$ 6,67	\$ 80,00
Otros Gastos de Producción	\$ 238,65	\$ 2.863,80
Total de Gastos de Producción	\$ 24.569,99	\$ 294.839,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y Beneficios Sociales	\$ 3.851,17	\$ 46.214,04
Total de Gastos Administrativos	\$ 3.851,17	\$ 46.214,04
GASTOS DE VENTAS		

Agente Aduanero \$ 400.00 x 1 X mensual	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Flete Internacional Aérea (1 por mes x 2,400.00)	\$ 2.400,00	\$ 28.800,00
Transporte Terrestre (Sucúa– Guayaquil)(1 por mes x \$ 800.00)	\$ 800,00	\$ 9.600,00
37 pallet´s en \$ 8.11 x mes	\$ 300,07	\$ 3.600,84
Cajas en \$ 0.04 x 5550 al mes	\$ 222,00	\$ 2.664,00
Empaque en \$ 0.01x 5550 cajas al mes	\$ 55,50	\$ 666,00
Total Gastos de Ventas	\$ 4.177,57	\$ 50.130,84
TOTAL DE GASTOS Y COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 32.598,73	\$ 391.184,75

Realizado por: Pablo Vera

3.4.9 Presupuesto de Ingreso y Ventas

Para el primer año se estimar vende 1 contenedor de 20' cada conteniendo 5550 cajas de 24 unidades en \$ 8.40 que dan un resultando un ingreso por ventas de \$ 46,620.00 que al año sería de \$ 559,440.00

Tabla 24 Estimación de cientos vendidas

Estimación de Cientos Vendidas	
Meses	Cajas de 24 unidades
ene-22	5.550
feb-22	5.550
mar-22	5.550
abr-22	5.550
may-22	5.550
jun-22	5.550
jul-22	5.550
ago-22	5.550
sep-22	5.550

oct-22	5.550
nov-22	5.550
dic-22	5.550
Total	\$66.600,00

Realizado por: Pablo Vera

Tabla 25 Presupuesto de Ventas

Presupuesto de Ventas	
Precio por ciento = 1kl a \$60.00	
Meses	Valor
ene-22	\$ 46.620,00
feb-22	\$ 46.620,00
mar-22	\$ 46.620,00
abr-22	\$ 46.620,00
may-22	\$ 46.620,00
jun-22	\$ 46.620,00
jul-22	\$ 46.620,00
ago-22	\$ 46.620,00
sep-22	\$ 46.620,00
oct-22	\$ 46.620,00
nov-22	\$ 46.620,00
dic-22	\$ 46.620,00
Total	\$ 559.440,00

Realizado por: Pablo Vera

En el primer año se espera vender 5.550 cajas de 24 unidades de producto en sus diferentes variedades valoradas en \$ 8.40 que da un total \$ 46,620.00, menos el costo de producción mensual que es de \$ 24,975.00 que representa el 53,57% de las ventas, el mismo que incluye materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación obteniendo una utilidad bruta mensual de \$ 21,645.00 que multiplicado por los 12 meses resulta una utilidad de \$ 259,740.00.

3.4.10 Análisis del TIR y del VAN

Para calcular el VAN y el TIR es importante tener la tasa ponderada de rendimiento, la cual obtendremos mediante el cálculo en base el porcentaje de inversión de nuestro capital propio y del crédito que realizaremos a la entidad financiera, esto multiplicado por la tasa de interés del crédito y del capital propio, así que nuestra tasa ponderada es de 0,17 como se indica en la Tabla

3.4.10.1 VAN

El valor del dinero es afectado por la variable tiempo, mientras más lejano en términos temporales un flujo, menor es su valor actual, para lo cual se utiliza la fórmula inversa al interés compuesto, que compara la inversión inicial requerida para estructurar el proyecto (plan de inversiones) con signo negativo y el flujo operacional ajustado en términos positivos.

Tabla 26 Valor actual neto

Años	Flujo de caja	Factor de actualizacion	Flujo de efectivo actual	Flujo de efectivo acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	\$ 98.224,84	1	\$ 98.224,84	\$ 98.224,84
1	\$ 29.576,77	0,998302885	\$ 29.526,58	\$ 127.751,42
2	\$ 31.385,43	0,99660865	\$ 31.278,99	\$ 159.030,41
3	\$ 33.292,75	0,994917291	\$ 33.123,53	\$ 192.153,94
4	\$ 35.303,32	0,993228802	\$ 35.064,28	\$ 227.218,21
5	\$ 47.937,75	0,991543179	\$ 47.532,35	\$ 274.750,57
	VAN para comprobar	\$ 274.750,57		
		Tasa de descuento		
		0,17%		

Realizado por: Pablo Vera

El valor actual neto es de \$274.750,57 es positivo por lo cual nos indica que el proyecto es

rentable debe ser aceptado.

3.4.10.2 TIR

El cálculo del TIR, demuestra un retorno de la inversión, ya que al aplicar la fórmula se han obtenido los resultados. En la cual se establecen los valores del flujo de efectivo y los ingresos acumulativos con los que se calculó el TIR:

$$\mathbf{TIR= 11.03\%}$$

El resultado obtenido de los cálculos realizados, demuestran que la inversión realizada al inicio de las operaciones de nuestro local, se demuestra que, por la inversión que asciende los \$ 98.224,84 dólares invertidos se obtendrá una rentabilidad sostenida del 11.03 % y se puede deducir que el proyecto es viable.

CONCLUSIONES

En el Ecuador posee una ventaja competitiva ya que cuenta con la riqueza de sus suelos, clima favorable para cualquier tipo de cultivo y las exportaciones ecuatorianas del sector alimentos procesados (snacks), se observaba representado únicamente por chips de plátanos, desplazando a un segundo lugar la producción de otros snacks que se están elaborando con diferentes vegetales como es el caso del proyecto que se quiere exportar snack a partir de la yuca.

Se estableció que el mercado estudiado de Canadá, es exigente y demanda productos saludables y naturales, por lo que la exportación de snacks de vegetales hacia este mercado es una oportunidad comercial para el país, que el sector exportador ecuatoriano no está aprovechando en su totalidad. Por ello el plan de exportación permitió constituir los procedimientos necesarios para la comercialización de los snacks elaborados a base de yuca hacia el mercado canadiense.

El consumo de raíces almidonadas en Canadá como es el caso de la yuca es frecuente en la alimentación y gastronomía, teniendo en cuenta su bajo precio y fácil acceso, resulta favorable la iniciativa de ingresar un producto derivado de la yuca al mercado canadiense. La presentación de los snacks de yuca tendría una buena aceptación debido a que es un producto saludable, práctico, fácil de adquirir y cumple con todas las condiciones de almacenamiento y preservación prolongada lo cual hace que inmediatamente sea atractivo para los consumidores.

Por medio de las encuesta realizada a los importadores canadienses se demostró que la característica de la calidad es el mayor criterio de selección, por lo tanto se demuestra que los snacks de vegetales ecuatorianos poseen todas las características para posicionarse en este mercado canadiense y convertirse en un producto de exportación, ya que cumplen con las certificaciones exigidas para la salida del país como es el certificado sanitario y las normas que solicita la Canadian Food Inspection Agency (CFIA) en relación al empaçado y etiquetado del producto.

RECOMENDACIONES

- ✓ Establecer e impulsar la conciencia ambiental por medio de políticas claras sobre el manejo intensivo de la tierra y la aplicación de cultivos rotativos para evitar el desgaste de las tierras en el sector de Sucúa.
- ✓ Realizar un estudio más profundo del consumidor y del mercado canadiense, esto permitirá conocer a ciencia cierta la aceptación del producto y determinar el futuro potencial de exportación; de esa manera se podrá también determinar la tasa de crecimiento del mercado de este producto en el destino deseado.
- ✓ Para los productos congelados se deben tener en cuenta desde el momento de su envasado, empaquetado y posteriormente embalaje.
- ✓ Analizar la probabilidad de ingresar con productos procesados como los snacks en los mercados internacionales como plan piloto para en un futuro evolucionar a ramas productivas con valor agregado que puedan garantizar mayores beneficios.
- ✓ Aprovechar la progresiva demanda de los productos en el mercado canadiense para inserción de un producto nuevo y de paulatina producción y exportación como lo es la yuca y sus derivados, conocida y consumida en Latinoamérica
- ✓ La asociación con importadores es una de las estrategias que se deben mantener, pues es una forma de introducción rápida y con buenos resultados si se mantiene la calidad de la raíz y la eficiencia en la producción de los cultivos.
- ✓ Los pequeños productores que en la actualidad comercializan los diferentes snacks solo a nivel nacional podrían asociarse, para de esta forma abaratar sus costos obteniendo un producto competitivo y optar por estrategias de exportación.
- ✓ Se recomienda buscar nuevos mercados donde el producto tenga aceptación, con el fin de expandir el mercado

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ambit BST. (01 de Junio de 2021). *CAPA: Gestión de Acciones Correctiva y Preventivas en un sistema de Calidad Farmacéutico*. Obtenido de <https://www.ambitbst.com/blog/capa-gesti%C3%B3n-de-acciones-correctiva-y-preventivas-en-un-sistema-de-calidad-farmac%C3%A9utico>
- Arias, E. R. (18 de Mayo de 2016). *La investigación exploratoria*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- Asana, T. (01 de Julio de 2021). *Análisis FODA: Qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Ayala, M. (02 de Abril de 2018). *Método histórico: características, pasos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/metodo-historico/>
- Ayala, M. (26 de Agosto de 2020). *LIFEDER*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/marco-metodologico/>
- Benacer, R. (22 de Febrero de 2018). *Tipos de yuca, beneficios y composición nutricional*. Obtenido de <https://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/tipos-de-yuca-y-composicion-nutricional-12298>
- Brenes, E. A. (2017). La yuca como el cultivo Mesoamericano que nunca falla. *Sector Agro*, 19-32. Obtenido de <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/F01-10918.pdf>
- CEPAL. (16 de Diciembre de 2020). *América Latina y el Caribe tendrá crecimiento positivo en 2021, pero no alcanzará para recuperar los niveles de actividad económica pre-pandemia*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/america-latina-caribe-tendra-crecimiento-positivo-2021-pero-alcanzara-recuperar-niveles>
- Constitucional de la republica. (19 de Febrero de 2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Obtenido de <http://www.acuaculturaypesca.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/Reglamento-a-la-Ley-de-Pesca-2016.pdf>
- COPCI. (21 de Agosto de 2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf

Cristerna, D. E. (2013). El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter. *El Periplo Sustentable*, 24.

Darío Ibarra, Z. (2016). *Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño*. Mexico: Copyright.

David Ricardo. (1999). *David Ricardo*. Colombia: unal.

De Almeida, A. (2016). *Pesquisa histórica: teoria, metodologia e historiografia*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/303/3032344006/html/index.html>

Eli Heckscher y Bertil Ohlin. (1977). *El Modelo de Heckscher-Ohlin*. Obtenido de Teoría de la dotación de los factores de producción: <https://www.ceupe.com/blog/modelo-heckscher-ohlin.html>

Export Entreprises SA. (2020). *Estadísticas de Canadá*. Obtenido de <http://www.statcan.gc.ca/eng/start>

FAO. (2018). *Guía técnica para producción y análisis de almidón de yuca*. Obtenido de <https://www.fao.org/3/a1028s/a1028s.pdf>

Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Scielo*, 56-58.

Fretes & Mendoza. (2010). *Mandioca una opción industrial*. Obtenido de Agencia Del Gobierno de Los Estados Unidos Para El Desarrollo Internacional : <https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/mandioca.pdf>

GAD del Cantón Sucúa. (2021). PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SUCÚA 2021-2025. págs. https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/PLAN-DE-TURISMO-SUCUA-2021_compressed-1.pdf.

García, I. F. (Agosto de 2014). *CULTIVO DE YUCA EN EL ECUADOR*. Obtenido de ESTACIÓN EXPERIMENTAL PORTOVIEJO: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6559/BVE30470020e.pdf;jsessionid=0056E8BD46C95CEE0A9E99643431EE00?sequence=1>

INEN. (2018). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN-ISO 1842 Productos vegetales y*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28027/1/AL%20678.pdf>

INIAP. (2014). *Yuca: Manihot esculenta Crantz*. Obtenido de

- <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mraiz/ryuca>
- Jervis, T. M. (Agosto de 2020). La investigación descriptiva. *LIFEDER*, 23. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Martín, P. J. (15 de Mayo de 2017). *ESTUDIA TU ENTORNO CON UN PEST-EL*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Mendoza, D. L., Escobar, J. J., & Castelar, T. E. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS EXPORTADOR DE DERIVADOS DE LA YUCA*. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/699/157-%20TTG%20-%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20EXPORTADOR%20DE%20DERIVADOS%20DE%20LA%20YUCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Michael . E.Porter. (1980). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Bogotá: Harvard Business School.
- Michael E. Porter. (1985). *entaja competitiva: Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior (Empresa y Gestión)*. España: Pirámide.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2020). *Acuerdos Ministeriales y Resoluciones Administrativas*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/acuerdos-ministeriales/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Productores de Sucúa realizan primer envío de yuca con miras a exportación*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/productores-de-sucua-realizan-primer-envio-de-yuca-con-miras-a-exportacion/>
- Montenegro, G. (2015). *Comercio Internacional y negociaciones. Una mirada desde el Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12494/1/MarketingComercioInternacional-Y-TICs.pdf>
- Muñoz., X., Hinostroza, F., & Mendoza, M. (2017). Muñoz. *Misioneros del Agro*, 4-18. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9671/1/15302.pdf><https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9671/1/15302.pdf>
- Plan toda una vida. (28 de Mayo de 2018). *Toda una Vida. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/siteal_ecuador_0244.pd

f

- Porter, M. (2019). *Estrategia Competitiva*. España: Piramide.
- Porter, M. E. (2012). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Mexico: Pirámide.
- PRO ECUADOR. (8 de Julio de 2015). *Análisis Sectorial de Flores de Verano*. Obtenido de <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/floresdeverano#:~:text=Entre%20algunas%20de%20las%20especies,Sun Flower%2C%20Godetia%2C%20Green%20Wicky%2C>
- Pro Ecuador. (21 de Julio de 2019). *Reporte especializado de Superalimentos*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/2021/07/>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/>
- Republica del Ecuador. (27 de Junio de 2017). *LEY ORGANICA DE SANIDAD AGROPECUARIA*. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/Documento_Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Sanidad%20Agropecuaria.pdf
- Roldán & Fachell, i. L. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Barcelona: Creative Commons.
- Ruiz, Borboa, & Rodríguez. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. *Académica de Investigación TLATEMOANI*, 1-25. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- Sandoval, L. J., & Yesica Paola Ruiz. (2016). *ELABORACIÓN DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA BOMBOLANDIA LTDA*. Obtenido de https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/Emprendimiento/2018_1/Publicaciones/proyecto_bombolandia_admon_empresas.pdf
- Serna, P., Ponce, T., & Oña, X. (2019). <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/yuca.pdf>. Obtenido de Centro de Inteligencia e Información Comercial (CICO): <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/yuca.pdf>
- Smith, S. (1776). *Investigación Sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*. Mexico: FCE.
- Trade Map. (2020). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las*

- empresas*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- Valbuena, A. P. (2019). *MODELO DE PORTER Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIO DE OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES EN ESPAÑA*. Obtenido de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/6858/Modelo_Porter.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Vivas, M. E. (2020). "*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE YUCA*". Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8398/1/57843_1.pdf
- Yáñez, K. E. (2017). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA YUCA DEL "CENTRO SERA" DEL CANTÓN SUCÚA HACIA EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CUENCA* . Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/2069/1/43833_1.pdf

ANEXOS

Anexo 1 Formato de encuesta



- 1. ¿Cómo prefiere consumir la yuca en diferentes sustitutos?**
 - Snack
 - Pan
 - Almidón
 - Sopa/caldo
- 2. ¿Por qué consume yuca?**
 - Buen sabor
 - Saludable
 - Valor nutricional
- 3. ¿Tiene conocimiento que se puede preparar de varias maneras la yuca para el consumo?**
 - Si
 - No
- 4. ¿Tiene conocimiento que la yuca es bajo en grasa, alto en fibras, y actúa como relajante natural?**
 - Si
 - No
- 5. ¿Dónde prefiere comprar la yuca?**
 - Mercados mayoristas
 - Mercados minoristas
 - Supermercados
- 6. ¿Qué presentación del snack de yuca le gusta?**

- Bolsas de plástico
- Material biodegradable
- Frascos de vidrio

7. ¿Con que frecuencia consumir los snacks de yuca?

- 1 por semana
- 3 por semana
- 5 por semana o mas

8. ¿Considera que a través de las exportaciones de yuca se promueva la competitividad de los productores de Ecuador?

- Si
- No

9. ¿Cuáles son los medios de comunicación en los que Ud. conoce el producto?

- Radio
- Tv
- Redes sociales
- Presa

10. ¿Estaría dispuesto a probar más productos derivados a partir de la materia prima que es la yuca?

- Si
- No