



Universidad San Gregorio de Portoviejo

Carrera: comercio exterior

Trabajo de titulación

Previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA

La logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado
colombiano

AUTORES

Manuel Eduardo López Vallejo
Leonardo David Macías Madrid

TUTOR

Eco. Alex Ramos Mendoza

Portoviejo, Manabí, Ecuador

2016

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Eco, Alex Ramos Mendoza, catedrático de la carrera de Comercio Exterior, de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

CERTIFICA

Que los egresados, Manuel Eduardo López Vallejo y Leonardo David Macías Madrid, realizaron su trabajo de titulación sobre ‘La logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano’, previo a la obtención del título de Ingenieros en Comercio Exterior, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad.

Eco. Alex Ramos Mendoza

TUTOR DE TITULACION

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Trabajo investigación con el tema “La logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano”, presentado por los estudiantes Manuel Eduardo López Vallejo y Leonardo David Macías Madrid, luego de haber sido analizada y revisada por los señores miembros del tribunal en cumplimiento de lo establecido en la ley, se da por aprobada.

TRIBUNAL

Econ. Julio Silva Ruíz

COORDINADOR DE LA CARRERA

Eco. Alex Ramos Mendoza

TUTOR DE TITULACION

Eco. Franklin García

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Grace Rodríguez

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DEL AUTOR

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación ‘La logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano’, ideas, resultados, conclusiones y recomendaciones es de los autores: Manuel Eduardo López Vallejo y Leonardo David Macías Madrid.

Manuel Eduardo López Vallejo

AUTOR

Leonardo David Macías Madrid

AUTOR

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación:

A mi madre que es la mujer que con su trabajo y sacrificio arduo de día a día a logrado que su hijo mayor se gradué y pronto mis hermanos

A mi abuelita Beatriz que nunca dejo de apoyarnos en los momentos más difíciles del año pasado en los cuales trabaje en este proyecto a pesar de las adversidades.

Manuel Eduardo Lopez Vallejo

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de titulación:

A mis padres que gracias a su trabajo me otorgaron el apoyo económico para poder culminar mis estudios universitarios.

A mi hermana Mabel que gracias a su colaboración me dio pequeño consejo para la preparación de la tesis.

A mi hermano carlós por ayudarme en mis tareas laborales con mi padre.

Leonardo David Macías Madrid

AGRADECIMIENTO

Esta investigación ha sido gracias al apoyo y colaboración mutua de nosotros los autores del trabajo los cuales nos unimos estos 6 meses de arduo trabajo día a día para conseguir esta meta ya alcanzada no está de más agradecernos a nosotros mismos nuestro esfuerzo y dedicación en el proyecto

Deseamos expresar nuestros más sinceros agradecimientos a el Eco. Alex Ramos el cual ha sido nuestro tutor y el docente que estuvo apoyándonos singularmente y dándonos consejos para la culminación y desarrollo de nuestro proyecto de titulación.

También como no agradecer a los miembros de la asociación de cebolleros del cantón Portoviejo “ASOPROAGRORIOP”, y a la empresa agrícola VICOAGRI los cuales nos brindaron toda la información necesaria para llegar a investigar este proyecto y muy amablemente nos abrieron las puertas de la organización para culminar el trabajo de titulación.

Los autores

Manuel Eduardo Lopez Vallejo

Leonardo David Macías Madrid

RESUMEN EJECUTIVO

“La logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano”

AUTORES

Manuel Eduardo Lopez Vallejo Y Leonardo David Macías Madrid

La competitividad que existe hoy gracias a la globalización y tecnificación de productos exige que las empresas mejoren de manera más profunda sus procesos logísticos ya que estos son clave para que el consumidor este satisfecho y ser más competitivos dentro del mercado nacional e internacional. El trabajo de titulación tiene como objetivo mejorar los procesos logísticos de la asociación de cebolleros “ASOPROAGRORIOP”, del cantón Portoviejo, pudiendo ofertar e internacionalizar sus mercancías a más clientes ya sea en el mercado colombiano o en otro mercado en el exterior, para lo cual necesitan aplicar técnicas necesarias para mejorar procesos y adquirir maquinaria y herramientas agrícolas específicas para la producción de la cebolla perla a nivel internacional, logrando esto la empresa optimizara los procesos productivos logrando ahorrar recursos y maximizar la producción de la tierra, lo anterior mente nombrado permitirá dar como resultado un producto de calidad apto para el consumo humano cumpliendo con requisitos, normas de buenas prácticas agrícolas y normas ISO las cuales garantizaran lo anteriormente nombrado para brindar a las familias colombianas y ecuatorianas una cebolla de calidad lo que servirá para aportar a la matriz productiva del Ecuador.

Palabras Claves: Procesos, Centro de acopio, Comercialización, Mercado, Almacenamiento, Maquinaria Agrícola, Costos, Distribución, Exportación, Producción.

ABSTRACT

"The logistics and its contribution to the external trade of the pearl onions to the Colombian market"

AUTHORS

Manuel Eduardo Lopez Vallejo and Leonardo David Macias Madrid

The competitiveness that exists today thanks to globalization and automation product requires businesses more profoundly improve its logistics processes as these are key to the consumer is satisfied and be more competitive in the national and international market. The work of qualification aims to improve the logistic processes of the association Mole "ASOPROAGRORIOP" Canton Portoviejo, in order to offer and internationalize their goods more customers either in the Colombian market or in another market abroad, for which need to apply techniques needed to improve processes and acquire specific agricultural machinery and tools for the production of pearl onions worldwide, making it the company will optimize production processes save resources and achieving maximum production of the earth, the above mind appointed allow result in a quality product suitable for human consumption complying with agricultural standards requirements and good agricultural practices and ISO standards which guarantee the above named thus providing the Colombian and Ecuadorian families onion quality which will help to contribute the productive matrix of Ecuador.

Keywords: Processes, distribution center, marketing, market, storage, farm machinery, costs, distribution, export, production.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CERTIFICADOR.....	ii
DECLARACIÓN DEL AUTOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUME EJECUTIVO.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	

CONTENIDOS

CAPÍTULO I: ASPECTOS PRELIMINARES.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Problema.....	2
1.3 Antecedentes del problema.....	2
1.3.1 Planteamiento del problema.....	2
1.3.2 Contextualización histórico-social.....	3
1.4 Delimitación del problema.....	4
1.5 Objetivos.....	5
1.5.1 Objetivo general.....	5

1.5.2 Objetivos específicos.....	5
1.6 Justificación.....	5

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....7

2.1 Antecedentes investigativos.....	9
2.2 Fundamentación teórica.....	23
2.3 Marco conceptual.....	23
2.4 Fundamentación legal.....	24
2.5 Hipótesis.....	27
2.5.1 Hipótesis lógica.....	27
2.5.2 Hipótesis nula.....	27
2.5.3 Hipótesis estadística.....	27
2.6 Identificación de las variables.....	27
2.6.1 Variable independiente.....	27
2.6.2 Variable dependiente.....	27
2.7 Operacionalización de las variables.....	28
2.7.1 Variable independiente.....	28
2.7.2 Variable dependiente.....	29

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....30

3.1 Tipos de investigación.....	30
3.2 Modalidades de la investigación.....	31
3.3 Métodos y técnicas.....	31
3.3.1 Método de la investigación.....	31

3.3.2 Técnicas de la investigación.....	32
3.4 Población y muestra.....	32
3.4.1 Población.....	32
3.4.2 Muestra.....	32
3.5 Recursos.....	32
3.5.1 Humanos.....	32
3.5.2 Materiales.....	32
3.5.3 Tecnológicos.....	33
3.5.4 Económicos.....	33
3.6 Fuentes y Procesamiento de la información.....	33
3.7 Presupuesto de gastos.....	34
3.8 Cronograma.....	35
CAPÍTULO IV: LOGÍSTICA.....	36
4.1 Logística para la exportación.....	40
4.1.1 Requisitos para la exportación.....	40
4.1.2 Acuerdos y convenios comerciales.....	42
4.1.3 Costos de exportación	42
4.2 Organización interna	43
4.2.1 Control de inventarios.....	43
4.2.2 Comunicación administrativa.....	44
4.2.3 Planificación estratégica	46
4.3 Centro de acopio	47
4.3.1 Calidad de los insumos.....	47

4.3.2 Inocuidad en los procesos de almacenamiento.....	48
4.3.3 Nivel de cumplimiento de los estándares de calidad.....	49
4.4. Maquinaria agrícola.....	50
4.4.1 Tipos de maquinaria.....	50
4.4.2 Costos de adquisición	52
4.4.3 Proveedores de maquinaria.....	53
CAPÍTULO V: Comercialización externa.....	53
5.1 Nuevos mercados.....	53
5.1.1 Mercados potenciales.....	53
5.1.2 Oferta exportable.....	54
5.1.3 Canales de distribución	55
5.2 Mercado externo.....	56
5.2.1 Clientes y consumidores.....	56
5.2.2 Competencia.....	57
5.2.3 Intermediaras.....	58
5.3 Almacenamiento.....	58
5.3.1 seguridad alimentaria.....	58
5.3.2 productos inocuo.....	60
5.3.3 sistema de gestión de calidad.....	60
5.4 costo de producción.....	61
5.4.1 adquisición de insumos.....	61
5.4.2 Proceso de producción.....	62
5.4.3 proceso de comercialización	62

CONCLUSIONES.....	64
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	65
6.1 Esquema grafico.....	65
6.2 Descripción de la propuesta.....	65
6.3 Fundamentación teórica	66
6.4 Objetivo	66
6.4.1 Objetivo General.....	66
6.4.2 Objetivos Específicos.....	66
6.5 Diagnostico	67
6.5.1 Historial de la Asociación.....	67
6.5.2 Ubicación de la Asociación.....	68
6.6 Ejecución Logística.....	68
6.6.1 Requerimientos y Documentación.....	68
6.6.2 Medios de Transporte.....	69
6.7 Plan de Comercialización	70
6.7.1 Producto Ofertante.....	70
6.7.2 Precio del Producto.....	71
6.7.3 Plaza de Ventas.....	72
6.7.4 Promoción del Producto.....	73
6.8 Evaluación del Proceso.....	74
6.8.1 Evaluación Organizacional.....	74
BIBLIOGRAFÍA.....	75
ANEXOS.....	81

INDICE DE TABLAS

Tabla #1 (Conocimiento de exportación)	40
Tabla #2 (Acuerdos comerciales vigentes entre Ecuador y Colombia).....	42
Tabla #3 (Costos de exportación)	42
Tabla #4 (Organización interna de la asociación)	43
Tabla #5 (Existencia del centro de acopio)	47
Tabla #6 (Necesitaría maquinaria agrícola)	50
Tabla #7 (Costos de maquinaria)	52
Tabla #8 (Nuevos mercados a ofertar)	53
Tabla #9 (Conocimiento del mercado extranjero)	56
Tabla #10 (Calidad del producto)	58
Tabla #11 (Control de costos)	61
Tabla #12 (Costos de comercialización hasta Bogotá)	63
Tabla #13 (Factores nutricionales)	70
Tabla #14 (Calculo del precio de la cebolla perla en Bogotá)	71

INDICE DE GRAFICOS

Grafico #1 (Porcentaje de encuesta)	40
Grafico #2 (Porcentaje de encuesta)	43
Grafico #3 (Porcentaje de encuesta)	47
Grafico #4 (Porcentaje de encuesta)	50
Grafico #5 (Porcentaje de encuesta)	53
Grafico #6 (Porcentaje de encuesta)	56
Grafico #7 (Porcentaje de encuesta)	59
Grafico #8 (Porcentaje de encuesta)	61

INTRODUCCION

La necesidad de nuevos conocimientos logísticos para poder exportar un producto a mercados exteriores se ha convertido en una de las mayores dificultades que poseen los agricultores en la provincia de Manabí en especial el miembro de la asociación agrícola del valle rio Portoviejo ya que no poseen la información acerca de procesos y documentación requería que debería aplicar al momento de internacionalizar sus productos.

Los miembros de la asociación agrícola de cebolleros de Portoviejo atraviesan una dificultad al momento de la internacionalización, es por ello que el presente trabajo consiste en dar a conocer cuáles son los procesos correctos logísticos que requieren para poder exportar la cebolla perla al mercado colombiano.

Para la comprensión y dinámica de la tesis está dividida en capítulos.

En el capítulo I se identifica el problema, los antecedentes, la contextualización histórica social y los objetivos tanto el general como los específicos.

En el capítulo II se considera la fundamentación teórica y legal, el marco conceptual, las hipótesis, la identificación y operacionalización de la variable dependiente y la independiente.

En el capítulo III se determina los tipos de investigación, modalidades de la investigación, métodos y técnicas a utilizar, la población, tamaño de muestra, los recursos, el cronograma y presupuesto.

En el capítulo IV se desarrolla el proceso logístico que se debe aplicar para la correcta exportación de la cebolla perla los cuales son documentos, normas de calidad, perfil del consumidor al cual se apunta y las herramientas utilizadas.

En el capítulo V se define el proceso de comercialización externa al mercado colombiano, los beneficios de obtener este producto, así como la demanda que ha sido alcanzada.

En el capítulo VI se describe la propuesta que se aplicara para el beneficio de los miembros de la asociación agrícola del valle rio Portoviejo.

CAPITULO I

1. ASPECTOS PRELIMINARES

1.1 TEMA

La logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano

1.2 PROBLEMA

Deficiencias en la logística de procesos de exportación de los agricultores de cebolla perla en el cantón Rocafuerte en la provincia de Manabí

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Una de las palabras empleadas en el modo económico y social es la globalización, quizás porque va más allá de las fronteras del control de los estados y de los propios gobiernos, una de sus principales causas y consecuencias es el comercio internacional que sirve como enlaces económicos y físicos de las unidades producidas, y que se ha caracterizado por su rápida expansión en el mundo, siendo la logística de gran importancia ya que es la parte de la gestión de la cadena de abastecimiento que, gestiona, planifica, implementa controla y verifica el flujo eficiente de los procesos esto significa que la logística integra todos los procesos de la cadena de abastecimientos: proveedores, materias, primas, producción, almacenamiento, distribución hasta el consumidor, la logística se define como organización, comunicación desarrollo, tecnológico, cambio, calidad, control, mejora continua, en general es equilibrio.

En el Ecuador la logística innovo en muchos sentidos gracias al apoyo del gobierno nacional actual se ha mejorado la infraestructura interna vial con la construcción de nuevos puentes carreteras y tecnología de alta calidad en señalización, asistencia a

conductores, de la misma manera la creación de nuevas instituciones que regulan la calidad capacitan a consumidores y empresas para el mejor manejo de la producción y traslado de los productos a nivel nacional e internacional , siendo como ejemplo una de estas Pro Ecuador, con nuevos incentivos para que entre la inversión extranjera y la inversión nacional para las exportaciones a otros mercados incrementen.

En la provincia de Manabí se cultiva la cebolla perla en su mayor parte la producción para el mercado externo, siendo como mayor comprador de la producción cebollera manabita Colombia.

Dentro del cantón Portoviejo existe una asociación u organización que se dedica al cultivo y exportación de la cebolla perla, en la que históricamente han tenido variedad de problemas debido a la ausencia de organización en sus cultivos, toma de decisiones y mercado final, la cual le genera mayores costos y tiempo en muchos casos impidiéndole la competitividad para la internacionalización del producto, entre los procesos de producción se excede mucho la mano de obra debido a la falta de tecnología de la misma, lo cual nos lleva a la conclusión de que se a estado realizando una deficiente logística internacional, la cual le permitiría ser más competitivo dentro del mercado internacional.

1.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA

Aproximadamente desde el año 1994 se introdujo a los campos manabitas el cultivo de cebolla perla por parte de comerciantes colombianos con el objetivo de llevar a comercializar el producto hacia a su país, la introducción de la misma en el campo agrícola ecuatoriano tuvo gran éxito para los agricultores ecuatorianos y comerciantes colombianos siendo un producto de gran atractivo que generan grandes rubros al sector exportador agrícola.

No obstante teniendo una evolución sobre la producción de la cebolla nunca hubo una correcta evolución del proceso logístico, ya que el producto siempre y hasta la actualidad se limitó internacionalmente al Incoterm EXW - EX WORKS, dicho

método genera facilidad para los productores agrícolas ya que solo se encargan de cosechar el producto y todo el proceso de internacionalización va a cargo del comprador, razón por la cual en el paso del tiempo los productores tienen una deficiente logística sobre el proceso de comercialización de la cebolla perla.

Actualmente existe una asociación de productores de cebolla perla en el cantón Portoviejo denominada “ASOPROAGRORIOP”, asociación de productores agrícolas del valle rio de Portoviejo, la cual está buscando mejorar los procesos de producción y distribución.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo: comercio exterior

Área: logística

Aspecto: comercialización externa

Problema: Deficiencias en la logística de los procesos de exportación de los agricultores de cebolla perla en el cantón Rocafuerte en Manabí.

Tema: la logística y su aporte a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano

Delimitación espacial: la presente investigación se efectuará en los sitios la sequita ubicada en el cantón Portoviejo, el sitio las maravillas ubicadas en el cantón Rocafuerte

Delimitación temporal: la presente investigación se efectuará en el periodo comprendido entre se septiembre del 2015 hasta febrero 2016.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVOS GENERAL

Determinar el aporte de la logística a la comercialización externa de la cebolla perla al mercado colombiano.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Identificar los requerimientos de exportación necesarios en función a la apertura de nuevos mercados
- 2) Analizar el nivel de organización interna de los productores con el proceso de distribución para el mercado externo.
- 3) Establecer los beneficios de un centro de acopio para en base a un óptimo sistema de almacenamiento
- 4) Determinar la maquinaria agrícola necesaria para la optimización de los procesos relacionándola con los costos de producción.

1.6 JUSTIFICACIÓN

El propósito de la investigación presentada nace de la necesidad de resolver el problema que se genera por la escasa logística aplicada por parte de los productores de cebolla perla en el cantón Rocafuerte.

La investigación es de vital importancia ya que brindara solución y nuevas alternativas a los actuales conocimientos logísticos a los agricultores productores de cebolla perla especialmente a la asociación “ASOPROAGRORIOP” a la hora de realizar dichos procesos.

En el pasado la producción de cebolla perla solo necesitaba de procesos empíricos en lo que a logística se refiere, pero en la actualidad se necesitan de procesos técnicos necesarios para una óptima comercialización e internacionalización del producto para abrirse a nuevos mercados para los productores de cebolla de la provincia de Manabí.

El proyecto es viable debido a que la cebolla perla es un producto de alta demanda a nivel internacional y de un mercado estable en el país vecino como lo es Colombia es una ventaja que tenemos que uno de nuestros principales compradores y demandantes de cebolla perla sea el país del norte de nuestra frontera, gracias a nuestra cercanía geográfica y un correcto proceso logístico se puede abaratar costos y disminuir tiempos a la hora de terminar la producción.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 MARCO INVESTIGATIVO

En la Universidad Nacional de Colombia en el año 2010 se investigó el tema “modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. aplicación en una empresa piloto de caldas”, por el autor Carlos Diván Garcés Ramírez y obtuvieron las siguientes conclusiones:

- a) La aplicación de modelos de entregas directas puede generar ahorros en el costo logístico de distribución, en empresas de consumo masivo que posean volúmenes de operación tales que, generen masas críticas desde el punto de vista del transporte.
- b) El modelo fue capaz de pronosticar asertivamente el nivel de costo logístico a alcanzar con su implementación a pesar de que se obtuvo un mejor resultado del esperado. Esta mejora se dio debido a que en la realidad, fueron mucho más clientes que pudieron ser cobijados bajo la entrega directa, ya que existían clientes con pedidos tales que ocupaban la mitad de un carro, creando la posibilidad de incorporar otros clientes con volúmenes pequeños sin exceder el máximo de entregas por ruta. Tales clientes habían sido excluidos por no generar masa crítica según los criterios inicialmente concebidos.
- c) Es posible alcanzar reducciones de costos en logística manteniendo la calidad del servicio al cliente tal como lo sostiene Lambert et al (1998), Simchi-Levi (2005) y Long (2006). 4. No se observa una relación evidente entre la implementación del modelo y la variación de ventas y el desempeño en el cumplimiento del plan de ventas. Aunque para el segundo semestre de 2009 se observa una coincidencial mejora después del mes de septiembre cuando inicia

el modelo, que puede ser mucho mejor explicada desde la estacionalidad de la demanda típica del segmento de las golosinas en Colombia.

- d) El modelo pudo ser exitosamente aplicado a una compañía productora y comercializadora de golosinas. Esta situación evidencia la posibilidad de transversalidad del modelo para ser aplicado en otras organizaciones de consumo masivo en regiones con similares características. 6. Los inconvenientes de sobre stock en los canales de distribución al implementarse este modelo basado en los movimientos reales de la mercancía en los clientes, evidenció la inadecuada práctica comercial de llenar canales para generar mayores facturaciones, pero no necesariamente mayores ventas reales. Esta desafortunada práctica genera muchos traumatismos para la administración de la cadena de suministros porque distorsiona tremendamente los pronósticos de demanda y los procesos de planificación. También es el responsable del famoso “síndrome de fin de mes”, muy común en consumo masivo y que presiona todo el sistema logístico por las altas facturaciones de fin de mes en aras de cumplir presupuestos, pero no son ventas reales, esto provoca sobrecostos en almacenes y transporte, consecuentemente la primera semana del mes inmediatamente siguiente es nula generando problemas en almacenes y en la programación de producción de planta.

En el Instituto Politécnico Nacional de México en el año 2010 se investigó el tema “Canadá como mercado viable para la exportación de café”, por los autores Erika Aguirre Loeza, Angélica Stephanie Carpio Pérez, Berenice Gallegos Peralta, Ricardo Peñaloza Jiménez y obtuvieron las siguientes conclusiones:

- a) Con este plan se da a conocer los lineamientos legales que conlleva la exportación, como lo que es el registro de la marca, las normas para etiquetado, leyes que permiten la actividad, los aranceles a pagar y los exentos, las formas de pago de exportación, tomando en cuenta en este punto que la carta de crédito es la más recomendada para realizar un pago de exportación, y sobre todo los

apoyos a la exportación de tipo financiero, estratégico y técnico como bancas que permiten de primer y segunda instancia para obtener un mayor respaldo para el producto a exportar.

- b) Por todo lo antes mencionado, se considera que Canadá es un mercado viable para la exportación del café mexicano, siempre y cuando se tome en cuenta un plan de exportación acoplado a las necesidades del producto a exportar y a la empresa exportadora.

En la Universidad ICESI Santiago de Cali en Colombia en el año 2011 se investigó el tema “propuesta del sistema logístico de distribución para las regionales centro, Santander y eje cafetero de una empresa de consumo masivo”, por los autores Fabiana Pérez parra, maría Adela Rodríguez Carreño y obtuvieron las siguientes conclusiones:

- a) La gestión de almacenamiento y transporte está siendo presionada tanto al interior de la organización como a lo largo de la cadena de abastecimiento nacional e internacional por ser uno de los factores que afectan significativamente el costo y por ser el último eslabón de la cadena que afecta la competitividad.
- b) La globalización de la economía se fortalece cada vez más y los productos no solo compiten a nivel local sino con grandes jugadores internacionales. Lo anterior obliga a que las compañías deban explorar y desarrollar nuevas formas de operación que permitan llegar al cliente final con mayor agilidad, oportunidad y a costos razonables que permitan mejorar la rentabilidad.
- c) En la búsqueda de un nuevo esquema de gestión de almacenamiento y transporte se realizó la revisión de los factores que afectan el costo logístico de las regionales que hacen parte de la evaluación en este proyecto, logrando plantear a la organización una nueva forma de operar que le

permitirá tener opciones para hacer una distribución a costos razonables y mejorando su rentabilidad.

- d) El nuevo esquema planteado sugiere una negociación a largo plazo con el ó los Operadores Logísticos que operan en las zonas evaluadas, los cuales cuentan con tecnología que facilita y apoya el seguimiento oportuno de la operación. Uno de los factores que limitan la búsqueda de alternativas es el atraso en las obras de infraestructura no solo de los corredores viales principales sino en las vías secundarias y terciarias, el deterioro de la malla vial y las condiciones de orden público en nuestro país.

- e) En la presentación de alternativas para cada una de las zonas de estudio se evidencia como la zona de Santander es la región en la que fue más difícil encontrar alternativas para lograr una disminución significativa en el costo de operación logística, dada las limitantes de infraestructura vial, seguridad y el desbalance que se presenta entre la recepción y la generación de carga.

- f) El alcance de la evaluación no incluye el ahorro por menor inventario requerido en los CENDIS pero se infiere que este valor será significativo. El cambio propuesto en la operación exige continuar trabajando con el área comercial para lograr la sincronía entre las rutas logísticas y la ruta comercial, que permitan alcanzar una mayor eficiencia en el transporte de producto y disminuir el riesgo de incumplimiento de la oferta de servicios.

En la Universidad nacional del Cuyo de Mendoza en Argentina en el año 2013 se investigó el tema “INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA PYME”, por el autor Antonella Tassaroli y obtuvo las siguientes conclusiones:

- a) La internacionalización no es privativa de las grandes empresas, las pymes también pueden operar en los mercados externos si poseen la necesidad y/o

oportunidad de hacerlo. Para ello, necesitarán potenciar su nivel de competitividad, conocer y desarrollar las ventajas competitivas propias que las diferencian del resto.

- b) A través del estudio del caso real de Tassaroli S.A., se han alcanzado los objetivos que motivaron el fin general de este trabajo, como también enfrentar las posibles necesidades de adaptación y mejora por la empresa. Así, en el capítulo II se logró realizar un análisis interno y externo de la empresa, que le permitirá pensar en alternativas a futuro. También se ponen en evidencia las cualidades competitivas que la empresa posee, las que debe cuidar y hacer trascender en el tiempo, como factor fundamental de su éxito empresarial. En el capítulo III, se generaron tres fases como camino concreto, útil y práctico que acompañen la internalización del proceso por la empresa. Primero, se contemplaron los posibles conflictos que puedan emerger por resistencia al cambio que implique la internacionalización, tales como falta de compromiso, no disponibilidad del personal con perfil global, poca unicidad entre las culturas de la casa matriz-filial, falta de conocimiento del mercado, demasiado tiempo en el proceso de internacionalización,
- c) Se ha demostrado la hipótesis del trabajo, pudiendo estar Tassaroli en condiciones de internacionalizarse a través de la fabricación en otro país de acuerdo a su capacidad tecnológica, de ingeniería y productiva. Sin embargo, se aclaró la existencia de ciertas condiciones actuales propias de la empresa que pondrían en riesgo la decisión si no se consideran previamente (como es la desventaja comercial, manejo del talento humano para el cambio y la necesidad de financiamiento). En el Instituto Politécnico Nacional de México en el año 2010 se investigó el tema “Canadá como mercado viable para la exportación de café”, por los autores Erika Aguirre Loeza, Angélica Stephanie Carpio Pérez, Berenice Gallegos Peralta, Ricardo Peñaloza Jiménez y obtuvieron las siguientes conclusiones:

- c) Con este plan se da a conocer los lineamientos legales que conlleva la exportación, como lo que es el registro de la marca, las normas para etiquetado, leyes que permiten la actividad, los aranceles a pagar y los exentos, las formas de pago de exportación, tomando en cuenta en este punto que la carta de crédito es la más recomendada para realizar un pago de exportación, y sobre todo los apoyos a la exportación de tipo financiero, estratégico y técnico como bancas que permiten de primer y segunda instancia para obtener un mayor respaldo para el producto a exportar.

- d) Por todo lo antes mencionado, se considera que Canadá es un mercado viable para la exportación del café mexicano, siempre y cuando se tome en cuenta un plan de exportación acoplado a las necesidades del producto a exportar y a la empresa exportadora.

En la Universidad Nacional de Colombia en el año 2013 se investigó el tema “Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro, Meta y Viotá, Cundinamarca”, por el autor Martha Liliana Reina Usuga y obtuvo las siguientes conclusiones:

- a) Son pocas las investigaciones que se han realizado en el campo de la logística de distribución en productos perecederos, y no se encontraron investigaciones encaminadas en esta temática relacionadas con productos de economía campesina; por lo cual la investigación representa un avance en la caracterización y diagnóstico del sistema logístico de alimentos gestionado por pequeños productores en la Región Central de Colombia

- b) Cada canal de comercialización configura una cadena de suministro diferente; el canal presencial establece una cadena corta conformada por 2 agentes (productor – consumidor), mientras el canal “mayorista” constituye una más larga en la cual intervienen 3 agentes (productor – comercializador – consumidor). Es importante mencionar, que en algunos casos en las dos

cadenas el transporte es subcontratado lo cual agrega un agente a cada una de éstas.

- c) Las métricas del desempeño de la cadena de suministro indican 90% de cumplimiento en pedidos, 61% de flexibilidad de la cadena, 3.48 días de ciclo de los pedidos y tiempo de cash to cash para los productores de 6.48 meses.
- d) Los procesos transversales de la cadena de suministro son llevadas a cabo por los agentes que intervienen en PMC; el comité de comercialización es el encargado de la planeación y establecimiento de los canales de comercialización, acompañamiento en la distribución física de los productos y del retorno de éstos; mientras los productores son los responsables del aprovisionamiento, la producción y la distribución física.
- e) En el municipio de Fuente de Oro (Meta) se configuran los dos tipos de cadenas de suministros. El proceso de manejo de los productos en finca es realizado por los productores y algunas tareas específicas en clasificación y empaque son subcontratadas. El proceso de transporte es subcontratado, en la zona se cuenta con un comisionista de transporte que conecta productores-transportistas; el número de modos y medios de transporte depende de la temporada climática; en verano se utiliza el modo terrestre y dos medios de transporte, durante el invierno se emplea el modo fluvial y terrestre y tres medios de transporte.
- f) En el municipio de Viotá (Cundinamarca) se establecen tres casos de estudio; en el primero se implementan las dos cadenas de suministro, el transporte es subcontratado y el costo es calculado por unidad de producto (canastilla); en el segundo se configuran las dos cadenas de suministro y el productor cuenta con medio de transporte propio; y el tercero obedece a una cadena de suministro corta, en la cual el transporte es subcontratado y su costo es establecido por flete de viaje. En los tres casos los productores realizan las actividades de manejo de los productos en finca. El modo de transporte es terrestre y se utiliza un medio de transporte.

En la Universidad Internacional del Ecuador en el año 2012 se investigó el tema: “Análisis de la logística internacional utilizada por las empresas ecuatorianas para la

importación y exportación de bienes en el entorno actual y futuro del Comercio Internacional. Caso: Transporte Marítimo” Por la autora: Espinosa Vásquez Jenny Patricia obtuvo las siguientes conclusiones:

- A. El transporte marítimo tanto en oferta y demanda han evolucionado para adaptarse a las necesidades del comercio internacional, siendo el transporte de mayor uso a nivel nacional e internacional para el transporte de mercancías, granel y líquidos; llegando a ser el medio por el que se envía y reciben el 90% de la carga en toneladas y divisas del comercio ecuatoriano con el resto del mundo
- B. La operación del transporte marítimo en el Ecuador tiene varios actores que forman un canal que se extiende desde los importadores y exportadores, pasa por las autoridades, entidades de control y se relaciona con intermediarios cuya acción permite mejorar los procesos de carga internacional. En total se registran 1.495 empresas relacionadas a la actividad; cifra que muestra que existe una alta intensidad competitiva los proveedores de servicios de transporte, intermediarios y agentes de carga pugnan por una porción de mercado
- C. La legislación relacionada con el transporte marítimo es antigua, varios reglamentos no han sido modificados desde 1970 y 1980.
- D. En el Ecuador hay siete puertos principales, de los cuales cuatro realizan actividades de comercio son: Guayaquil, Puerto Bolívar, Manta y Esmeraldas, la capacidad utilizada promedio de estos puertos es del 65% en muelles y el promedio de horas de permanencia para labores de estiba es de 27 horas; el puerto de menor nivel de ocupación debido a su dimensión es Guayaquil con el 54%.
- E. La deficiente promoción de las exportaciones es evidente en las operaciones de transporte marítimo, el total de toneladas recibidas por concepto de importaciones es sustancialmente mayor al de exportaciones, el promedio

general en todos los puertos del país es del 69,4% de operaciones producto del ingreso de mercancías.

En la universidad politécnica estatal del Carchi en el año 2013 se investigó el tema “La comercialización de queso doble crema producido por la empresa “Lácteos la Caserita” ubicada en el Cantón San Pedro de Huaca y la demanda de este producto en Bogotá - Colombia” por el autor: Amanda Mireya Bustos Suarez y obtuvo las siguientes conclusiones:

- A. Según el análisis financiero el proyecto se considera factible puesto que presenta un Valor Actual Neto 539.405,99 usd. y una Tasa Interna de Retorno del 37,82% además el Periodo de Recuperación de la Inversión es de tres años.
- B. El sistema de distribución física internacional planteado es adecuado puesto que permite que el precio del queso doble crema llevado desde la empresa Lácteos la Caserita ubicada en el Cantón San Pedro de Huaca en termino de negociación DDP hasta Bogotá sea competitivo en relación al precio del producto ofertado desde Estados Unidos y Perú, por lo que tiene una gran oportunidad de ingreso y posicionamiento en mercado bogotano.
- C. El competitivo precio del producto está dado principalmente por las preferencias arancelarias y la distancia geográfica, ya que sin descuidar la calidad del producto se pueden reducir costos.
- D. La empresa necesita de personal técnico en todas sus áreas para su buen desempeño, el director del departamento de comercio exterior, debe tener la capacidad de llevar una adecuada organización y planificación de las actividades inmersas en la comercialización internacional del producto, de modo que permitirá a la empresa presentarse en el mercado como una organización competitiva y con oportunidades de expansión.

En la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en el año 2013 se investigó el tema “Los procesos logísticos de almacenamiento en el Depósito Temporal El Rosal “ALMAROS CIA. LTDA.” y la atención al cliente” por el autor: Germán Javier Delgado Rosero y obtuvo las siguientes conclusiones:

- A. Existe un conjunto jurídico de normas comunitarias lo que propicia fluidez al comercio intracomunitario. Las políticas de la Comunidad Andina favorecen y buscan la libre circulación de mercaderías en los países miembros facilitando el mayor crecimiento en el comercio intra-andino y la eficiencia en el servicio de transporte y almacenaje que operan en la frontera norte de Ecuador dependiendo de la volatilidad del tipo de cambio que afecta las importaciones desde Colombia.
- B. La empresa ADUANOR ocupa el primer lugar de participación en el mercado de servicios de almacenaje con un 18%, mientras bodegas privadas Terán, tiene una participación la más baja en el mercado con un 4%, mientras que “ALMAROS” CIA LTDA, tiene una participación del 15% en los periodos de estudio.
- C. Los clientes son claramente identificados, como fieles 68% y eventuales 32%, de acuerdo a los hallazgos de la investigación. lo que facilita la aplicación de estrategias para persuadir al usuario. Son clientes buscan un servicio de calidad, seguridad en las mercaderías y agilidad en todo el proceso, desde el ingreso de la mercadería hasta su despacho.
- D. El Almacenaje es un área crítica para el servicio al cliente. El tiempo es un factor importante para ellos, se encontraron que los flujos son reiterativos, 50 en los procesos de control lo que ocasionan demoras y malestar por la falta de actividades claras y designaciones de perfiles de acuerdo a los cargos que ocupa el personal en ALMAROS.

- E. La eficiencia del proceso, como un sistema de distribución equitativa, no se logra, el resultado es bueno pero la coordinación es lenta entre las diferentes áreas de la empresa, sin tener como premisa objetivos generales.

En la Escuela Superior Politécnica Del Litoral en el año 2014 se investigó el tema “Análisis logístico del comercio internacional del aguacate” por los autores: Leslie Catherine Macías y Yitzhak Joel Nicola Bajana y obtuvieron las siguientes conclusiones.

- A. México es el principal exportador de aguacate a nivel mundial, representado aproximadamente el 45% e las exportaciones totales en el mundo.
- B. Durante los últimos años más del 99% de las exportaciones de aguacate ecuatorianas se han dirigido a Colombia.
- C. Históricamente el precio del aguacate ecuatoriano se ha mantenido muy por debajo del promedio mundial, siendo este de \$700 en el año 2012 mientras que el precio mundial era de \$1960.
- D. Por lo general las zonas de producción de aguacate se encuentran distantes de los centros de acopio para su exportación por lo que la fruta debe ser transportada a través de caminos en mal estado y bajo condiciones físicas que no son las más óptimas.

En la universidad de las fuerzas armadas en el año 2014 se investigó el siguiente tema: “creación de una compañía de asesoría y gestión en logística internacional conjuntamente con el manejo del sistema ecuapass y ventanilla única ecuatoriana en la ciudad de Quito” por el autor: Jarrín Estévez Elizabeth Consuelo y se obtuvo las siguientes conclusiones:

- A. La evolución del comercio internacional ha impulsado el crecimiento del sector comercial del país, por tanto las pequeñas y medianas empresas importadoras buscan su desarrollo en el ámbito internacional. Este antecedente presenta una oportunidad para los profesionales en comercio exterior, quienes a través de la asesoría y gestión logística facilitan las operaciones tanto de importadores como exportadores.

- B. Al concluir la investigación de mercados se deduce que la factibilidad de ingreso al mercado con una empresa de servicios en comercio exterior tiene altas expectativas, si bien es cierto la competencia es fuerte, las estrategias para abrir mercado como el seguimiento constante de clientes prevé buenos resultados.

- C. La división administrativa de la empresa permitirá definir actividades y responsabilidades para cada puesto, de esta forma se optimizarán recursos y se garantizará el trabajo especializado en cada una de las áreas de trabajo.

- D. En un inicio las operaciones principales de la empresa se enfocarán en el transporte internacional y la asesoría en comercio exterior, en el mediano plazo se desarrollarán nuevos procedimientos para servicios como agencia de aduana, seguro de transporte y consolidación de carga.

En la universidad técnica de Manabí en el año 2008 se investigó el tema: análisis de la actividad agro-industrial de los productos procesados del yackfruit y su incidencia socio económica en el sector exportador del ecuador (El Carmen Flavio Alfaro, Sto Domingo de los Colorados, Quevedo y Quinde. por los autores Jessenia Monserrate Chavez Morrillo y Maria Cecilia Toro Mendoza los cuales obtuvieron las siguientes conclusiones:

- A. Se determinó que en la costa ecuatoriana existe un incremento en la diversificación de las exportaciones de productos no tradicionales agropecuarios con un alto potencial comercial en la que se incluye el Yackfruit,

fruta procesada y exportada por sus propiedades energizantes, y contenido nutricional.

- B. Se concluye, que en el Ecuador la actividad agrícola y comercial de la producción, procesamiento y exportaciones de frutas procesadas destina el 75 % de su producción al mercado internacional y el 25% restante al comercio interno.
- C. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura (MAGAP) señaló que para el año 2003 y 2007 se cultivaron en el país entre 177 y 397 hectáreas, registrando la provincia de Santo Domingo de los Colorados, parroquia La Concordia y el cantón El Carmen.
- D. Este rubro industrializado, es comercializado con valor agregado en productos como almíbar, mermelada, néctar, pulpa y deshidratada, su comercio está dirigido casi en su totalidad al mercado internacional.

En la universidad san Gregorio de Portoviejo en el año 2011 se investigó el tema: ruptura de las relaciones económicas internacionales del Ecuador con Colombia y su incidencia en las exportaciones de cebolla perla en el canto Rocafuerte. Por los autores: Lizardo Enrique Garcia Mera y Yamil Rigoberto Guadamud Gomez los cuales obtuvieron las siguientes conclusiones:

- A. Entre Ecuador y Colombia a través de los años se han presentado iniciativas de cooperación y relaciones de comercio, sin embargo, a partir del ataque de angostura se rompen las relaciones diplomáticas entre los dos países y tarda aproximadamente un año y ocho meses en volver a establecerse un acuerdo, generando incertidumbre en las relaciones de comercio internacional.
- B. Existe una balanza comercial negativa para el Ecuador, concentrándose las importaciones en el macro sector de manufacturas e insumos, por lo que se vuelve una independencia para este país mantener relaciones comerciales diplomáticas.

- C. Las políticas comerciales establecidas para los exportadores de cebolla perla son de preferencia arancelaria, debido a acuerdos y tratados comerciales firmados ancestralmente con Colombia.
- D. El cantón Rocafuerte es eminentemente productor de hortalizas, debido a la situación geográfica del cantón, el cual, con un clima adecuado para la producción de este producto, y es la cebolla perla uno de los principales productos de comercialización, ya que es requerido por el intermediario que exporta el producto hacia Colombia.

En la universidad San Gregorio de Portoviejo en el año 2015 se investigó el tema: la logística para el proceso de internacionalización del manjar de cacao elaborado por los microempresarios del sitio la Chonana del cantón Chone. Por las autoras Sophya Nathaly Erazo Delgado y Jessenia Maritza Panchana Alvarado las cuales obtuvieron las siguientes conclusiones:

- A. La investigación ha permitido saber el nivel de conocimientos que tienen los Microempresarios del Sitio La Chonana referente al proceso de exportación del manjar de cacao, el mismo que dentro del estudio realizado evidencia la inexistencia del dominio del proceso logístico sobre la internacionalización del producto.
- B. El escaso posicionamiento del producto dentro del mercado nacional interno, acompañado de una significativa producción artesanal de la microempresa Doña Oti, ha ocasionado el desconocimiento de la existencia del manjar de cacao producido con el mejor cacao de aroma fino del mundo, producto que requiere de un impulso para su posicionamiento en mercados internacionales en donde tiene gran demanda.
- C. La microempresa objeto de la investigación no cumple en los actuales momentos con los estándares de calidad requeridos obligatorios en el Ecuador,

esta inexistencia de registros sanitarios influye negativamente en la seguridad que tienen los compradores a la hora de adquirir un producto inocuo.

- D. La microempresa ubicada en el Sitio la Chonana no cuenta con maquinarias que faciliten los procesos productivos, situación que afecta al incremento de la producción que permita expandir el producto en otros mercados.

En la universidad San Gregorio de Portoviejo en el año 2015 se investigó el tema: la exportación de productos cárnicos y su impacto en la apertura de nuevos mercados de la empresa agrícola el naranjo gourmet del cantón San Vicente por el autor: José Andrés García Mejía el cual obtuvo las siguientes conclusiones:

- A. la evolución que presenta el mundo en el aspecto tecnológico favorece mucho a las empresas relacionadas con el sector agrario, mejorando la producción y generando productos de excelente calidad, creando nuevas oportunidades para las empresas que vallan a exportar carne, así mismo el uso eficiente de los insumos para el ganado de engorde de feedlot se vuelve algo indispensable para competir con los altos precios internacionales, las empresas que se dedican a esto deben manejar animales sanos, ya que un animal enfermo no rinde.
- B. El sector ganadero presenta una crítica situación económica como financiera por los elevados gastos que incurren en el proceso, por esta razón se debe establecer estrategias de marketing directas a los consumidores para mejorar el nivel de venta nacional e internacional.
- C. Por la presencia de la fiebre aftosa en el Ecuador, la mayoría de países no admiten el ingreso procedente de nuestro país, precisamente porque quieren conservar un país libre de este tipo de enfermedades, gracias al trabajo de los entes ganaderos en el país la erradicación de esta enfermedad ha llegado a su etapa concluida, es por esto que el país está en capacidad de exportar carne a otros países
- D. Las barreras zoosanitarias son tan exigentes en todos los mercados internacionales que las oportunidades se ven complejas por el historial que ha llevado el Ecuador de fiebre aftosa, pero gracias a las entidades gubernamentales encargadas de apoyar a estas empresas la exportación de

productos cárnicos es cada vez más elevada con un mercado muy atractivo como lo es Colombia, ya que nos encontramos en la zona comercial de la región y los productos ingresan sin aranceles pero si con sus debidas normas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias.

En la universidad San Gregorio de Portoviejo en el año 2015 se investigó el tema: la comercialización interna- externa del atún procesado pesca manabita de la entidad consorcio manabita, por las autoras: Jazmín Elizabeth García Muños, Katherine Estefanía Espinoza Alcívar las cuales obtuvieron las siguientes conclusiones.

- A. Se ha determinado que la entidad consorcio manabita puede lograr el éxito deseado en la comercialización del atún pesca manabita a través de una adecuada planificación, organización, dirección y control de un conjunto de actividades comerciales que permitirán que ese bien sea conocido, consumido y llegue en óptimas condiciones y en el tiempo preciso a sus consumidores
- B. El nivel de ingresos del atún pesca manabita se ha visto limitado por la falta de aplicación en técnicas de ventas, además al no contar con el financiamiento suficiente no le permite promocionarse por páginas web y hacerse conocer para incrementar sus ventas
- C. El atún de la empresa, cuenta con los estándares de calidad a nivel internacional como son: normas INEN normas ISO, entre otras que brindaran confianza a los consumidores
- D. De acuerdo a los resultados obtenidos en las investigaciones de campo se determina que las marcas tradicionales de atún monopolizan el mercado interno, por lo cual se considera una expansión del producto a mercados externos como una buena alternativa para diversificar mercados y no ser parte de la monopolización del mercado nacional

2.2 FUNDAMENTACION TEORICA

Para el autor Elda Monterroso, (2000, Página 3) la logística “Se relaciona con la administración del flujo de bienes y servicios, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen, hasta la entrega del producto terminado en el punto de consumo”.

Para el autor Hugo Torres (1971, Página 16) la comercialización externa “Es la integración y promoción de exportaciones e importaciones, apertura de nuevos mercados programas de exportación de productos de toda índole a nivel internacional”

Los investigadores concuerdan con lo explicado por los autores ya que la logística empieza desde el proceso de producción hasta el consumidor final, la comercialización que es un punto clave en la cadena de suministros debe seguir una secuencia lógica y lograr eficiencia en el proceso de distribución. Al obtener una óptima logística obtenemos ventajas sobre la competencia reduciendo costos, facilitando las operaciones y reduciendo tiempo, garantizando que el producto o servicio llegara al cliente con las expectativas que requeridas.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- a) **Centro de acopio:** En general se entiende por centro de acopio a una construcción en el área rural, que permite reunir los productos de varios agricultores, para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles (Ing. Alda Obalía de Espada y Dr Juan Pablo Torreiba, 1974, página 13)
- b) **Mercado:** El mercado lo constituyen no solo las personas físicas o jurídicas que participan en el, sino todo un cortejo de poderes más o menos definidos, que chocan, se tensan, compiten, convergen o se destruye. (Jesús de Garay, 2008, página 20)
- c) **Comercialización:** La comercialización lleva a cabo la función reciproca de proveer una salida para los productores y artículos para los consumidores finales (Martin kriesberg, 1974, página 23)

- d) **Procesos:** Conjunto de actividades que, con un input recibido, es capaz de crear un producto de valor para un cliente, dichas actividades están relacionadas unas con otras e integradas de manera coherente y terminan con una entrega del producto o servicio al cliente. (Juan Ángel Alarcón Gonzales 1998, Página 16)
- e) **Almacenamiento:** Es ubicar la mercancía en la zona más idónea del almacén, con el fin de poder acceder a ella y localizarla fácilmente. Para ello se utilizan los medios de transporte interno (elevadores, carretillas) y medios fijos como perchas. (María José Escudero Serrano, 2014, página 18)
- f) **Producción:** consiste en un proceso que se caracteriza porque empleando unos factores y actuando sobre ellos somos capaces de obtener un producto en forma de bien o servicio. Para que el proceso de producción pueda darse, necesitamos lo necesario para la producción, que son los factores o entradas en el proceso, que a su vez son mano de obra, energía, materias primas...; factores elementales que son: la tecnología, materiales, energía, capital, trabajo e información. (Carlos Javier Álvarez Fernández, 2010).
- g) **Organización:** es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados. (Agustin reyes,2002, página 212)
- h) **Costos:** Cantidad de dinero necesaria para entregar un producto y/o brindar un servicio al cliente. (Ing. Guillermo Wyngaard, 2013, pagina 4).
- i) **Distribución:** función que permite el traslado de productos y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo (Enrique Diez Castro y Antonio Navarra García, 2010, página 6)
- j) **Exportación:** Es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. (Banco Nacional de Comercio Exterior, página 17)

2.4 FUNDAMENTACION LEGAL

En la decisión 563 del código de integración subregional andino, los gobiernos de Bolivia, Colombia, el Ecuador, el Perú y Venezuela, inspirados en la declaración de Bogotá y en la declaración de los presidentes de América; resueltos a fortalecer la unión

de sus pueblos y sentar las bases para avanzar hacia la formación de una comunidad subregional andina; conscientes que la integración constituye un mandato histórico, político, económico, social y cultural de sus países a fin de preservar su soberanía e independencia; fundados en los principios de igualdad, justicia, paz, solidaridad y democracia; decididos a alcanzar tales fines mediante la conformación de un sistema de integración y cooperación que propenda al desarrollo económico, equilibrado, armónico y compartido de sus países.

Según el acuerdo de reconocimiento mutuo de certificados de conformidad con norma Ecuador – Colombia, considera. Que para un desarrollo de un proceso de integración y del comercio exterior entre Colombia y Ecuador es necesario dejar en claro las normas técnicas de calidad de cada país.

Según el Art. 33 del acuerdo de Cartagena, establece a los miembros del grupo andino la facultad de celebrar entre si acuerdos con la finalidad de adelantar, perfeccionar, armonizar o lograr el reconocimiento automático de los sistemas, reglamentos procedimientos y mecanismos de consulta.

Según el Art. 1 indica. Reconocer y aceptar automáticamente los certificados de conformidad con norma técnica oficial y obligatoria expendidos por el INEN en el caso de Ecuador y por INCOTEC en el caso de Colombia.

Según la declaración conjunta presidencial Ecuador – Colombia, Ipiales (2013) dentro del eje de asuntos económicos y comerciales del trabajo bilateral se destacó la capacitación por parte de Proecuador a las empresas ecuatorianas para acceder al mercado colombiano como mecanismo para acceder a la balanza comercial, e instamos a los gobiernos a implementar otros mecanismos que cumplan con este objetivo, se acoge la ruta presentada por los ministerios competentes para fortalecer el financiamiento de las exportaciones, la promoción de inversiones y la facilitación del turismo binacional, se insta a las entidades gubernamentales a seguir fortaleciendo los lazos e intercambios comerciales y de inversión para profundizar las relaciones económicas.

En el código orgánico de la producción el Art. 2, considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios

lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

En el código orgánico de la producción el Art. 24 considera como incentivo Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior.

El Art. 57. del código orgánico de la producción se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen factores productivos y de financiamiento, El Estado deberá proteger a la agricultura familiar y comunitaria como servir de garante de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y a la micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus intercambios con el sector privado.

El Art. 58. De la implementación de procesos de Democratización de la transformación productiva. El Consejo Sectorial de la Producción diseñará y vigilará la efectiva implementación de la política de democratización de la transformación productiva, a través del diseño e implementación de programas específicos que permitan el acceso efectivo a los factores de producción como la tierra y el capital, entre otros.

El Art. 85. Del código orgánico de la producción tiene por objetivo corresponder a la unidad gubernamental, 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.

2.5 HIPOTESIS

2.5.1 HIPOTESIS LOGICA

La logística aporta significativamente a la comercialización de la cebolla perla en el mercado colombiano.

2.5.2 HIPOTESIS NULA

La logística no aporta significativamente a la comercialización de la cebolla perla en el mercado colombiano.

2.5.3 HIPOTESIS ESTADISTICA

- H1: hipótesis lógica
- H0: hipótesis nula
- A: Variable independiente
- B: Variable dependiente

H1: $A > B$

H0: $A \leq B$

2.6 IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

- La logística

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

- Comercialización externa

2.7 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnica o instrumentos
Logística. - es la serie de operaciones necesarias para lograr el traslado físico de un producto desde el local del exportador hasta el local del importador. Bibliografía: Del libro: logística internacional, de Juan Pablo Antón Callaba, diciembre 2004, Pág. 2.	Exportación	Requisitos	¿Conoce usted los requerimientos para la exportación de la cebolla?	Encuesta
		Acuerdos comerciales		
	Organización interna	Costos de exportación	¿Qué rango de organización interna cree usted tiene la asociación?	Encuesta
		Control de inventarios		
		Comunicación administrativa		
	Centro de acopio	Planificación estratégica	¿cuentan con un centro de acopio?	Encuesta
Calidad de los insumos				
Maquinaria agrícola	Inocuidad en los procesos de almacenamientos	¿cree usted que las maquinarias agrícolas mejoran los procesos productivos y logísticos?	Encuesta	
	Nivel de cumplimiento de los estándares de calidad			
	Tipos de maquinarias			
	Costo de Adquisición			
	Proveedores de Maquinaria			

2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnica o instrumentos	
Comercialización externa. - Es la integración y promoción de exportaciones e importaciones apertura de nuevos mercados de toda índole a nivel internacional Bibliografía: políticas publicas territorios y localidades de Hugo torres septiembre 2008 pág. 16.	Nuevos mercados	Mercados potenciales	¿cree usted convenientes tener nuevo mercado para ofertar la cebolla?	Encuesta	
		Oferta exportable			
	Mercado externo	Canales de distribución	Clientes y consumidores	¿Qué rango de conocimiento tiene usted sobre el mercado externo al que exporta?	Encuesta
		Competencia			
	almacenamiento	Seguridad alimentaria	Intermediarios	¿en qué rango de sanidad considera que esta su producto?	Encuesta
Sistema de gestión de calidad.	Costo de producción	Adquisición de insumos	¿tiene usted un control detallado de los costos?	Encuesta	
		Proceso de producción			
		Proceso de comercialización			

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Exploratoria: En el estudio presentado se utilizó este tipo de investigación para determinar el problema y obtener un análisis preliminar de la situación ocurrida en el sitio.

Descriptiva: Este tipo de investigación se utilizó para realizar una evaluación y comparación del problema con distintas variables para luego poder detallar virtualmente situaciones que son notorias en el estudio y presentar la correcta interpretación.

Explicativa: En el actual estudio se presentará el tipo de actividades logísticas que se encuentran afectando la producción de cebolla perla para los miembros de la asociación, “ASOPROAGRORIOP” se trata de explicar las causas de los sucesos físicos y administrativos que llevan a la problemática ya planteada.

Sintética: Este tipo de investigación consiste en una serie de procesos de razonamiento que luego se ve reflejado en las conclusiones del proyecto.

Analítica: Este tipo de investigación consiste en la interpretación de los resultados ya presentados con anterioridad.

Propositiva: Este tipo de investigación consiste en investigar un propósito determinado o indeterminado.

3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

De campo: En la modalidad de campo se recorrerá las fincas involucradas de los productores de cebolla perla, se recolectará la información necesaria mediante encuestas, entrevistas a los productores

Bibliográfica: En el tipo de investigación bibliográfica se utilizará para obtener información necesaria contenida solo en documentos, textos o impresos que se han publicado.

3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS.

3.3.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Deductivo: Este método permitirá realizar las conclusiones y recomendaciones utilizando instrumentos científicos para recolectar datos generales necesarios y encontrar puertas desconocidas, a través de desconocidas.

Inductivo: En este método se utilizarán factores que estén relacionados en la logística aplicada por los productores de cebolla perla, con el fin de crear conclusiones sobre lo investigado. Tomando en cuenta los casos ya conocidos.

Hipotético: Este método se creará una hipótesis para explicar lo sucedido y comprobar las experiencias anteriores mediante comparaciones para considerar si las experiencias son fiables.

Analítico: En este método acudiremos a la asociación “ASOPROAGRORIOP” o al lugar investigado para analizar la situación en la cual se encuentran concretamente para la logística, producción y comercialización de cebolla perla, para así obtener información suficientemente confiable.

3.3.2 TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

Encuesta: Para obtener información cuantitativa se utilizó la técnica de la encuesta, la misma que se desarrolló con los productores miembros de la asociación “ASOPROAGRORIOP”.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.4.1 POBLACIÓN

La población será de 63 que son productores miembros de la Asociación de Productores Agrícolas del Valle Rio Portoviejo “ASOPROAGRORIOP”.

3.4.2 MUESTRA

La muestra será del 100% de los productores miembros de la asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo “ASOPROAGRORIOP”

3.5 RECURSOS

3.5.1 HUMANOS

- a) Productores

3.5.2 MATERIALES

- a) Esfero
- b) Carpetas
- c) Hojas
- d) Lápiz
- e) Borrador
- f) Cuaderno

3.5.3 TECNOLOGICOS

- a) Computadora
- b) Laptop
- c) pendrive
- d) Cámara
- e) Grabadora de audio
- f) Internet

3.5.4 ECONÓMICOS

El total de recurso económico es de \$726,84

3.6 FUENTES DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Las fuentes primarias se obtuvieron a través de la investigación en la asociación de productores del valle río Portoviejo “ASOPROAGRORIOP” y la información secundaria se obtuvo a través de internet, libros y documentos bibliográficos.

Mientras que para el procesamiento de la información se utilizaron programas informáticos los cuales son:

- a) Microsoft Word.
- b) Microsoft Excel.
- c) Microsoft Power Point.
- d) Google Docs.
- e) Gmail.
- f) Google Photos.

3.7 PRESUPUESTO DE GASTOS.

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Esfero	6	0,5	3
Carpetas	4	2,25	9
Hojas	600	0,04	24
Lápiz	4	0,5	2
borrador	2	0,5	1
Cuaderno	2	3	6
Pendrive	2	15	30
Grabadora de voz	1	40	40
Internet	140	1	140
transporte	50	4	200
alimentación	20	3,5	70
impresiones	400	0,25	100
anillado	4	2	8
grabadora de audio	1	40	40
SUTOTAL			673
imprevistos 8%			53,84
TOTAL			726,84

CAPITULO IV

4. LA LOGISTICA

De acuerdo a lo citado por el autor Juan Pablo Antón callaba, (diciembre 2004, Pág. 2) logística internacional, es la serie de operaciones necesarias para lograr el traslado físico de un producto desde el local del exportador hasta el local del importador.

IMPORTANCIA PARA LA EMPRESA

El área de logística de una empresa se ha convertido en un factor importante ya que se debe a que estos procesos son fundamentales al momento evaluar a la empresa y es de gran ayuda para la reducción de costos finales en la organización.

El proceso logístico es de vital importancia para la asociación “ASOPROAGRORIOP” ya que desde ahí se ramifican resultados positivos necesarios para obtener mayor ganancia y mejor calidad del producto. la cebolla perla requiere de un complejo proceso logístico para un mejor proceso de producción, cosecha y comercialización la cual se necesita mejorar para llevar a la empresa a un nivel competitivo en el mercado internacional y obtener mayor rentabilidad para sus miembros.

PROCESO LOGÍSTICO ACTUAL

PREPARACION DEL TERRENO

La preparación del terreno se inicia al comienzo de la etapa de siembra del semillero para en ese periodo realizar la desinfección del suelo para el trasplante. Antes del inicio del arado se realizan los estudios empíricos o teóricos de la nivelación y drenaje del terreno.

El arado del terreno en lo general tiene una profundidad de 15 a 20cms, el suelo así mismo cuenta con un pequeño grado de humedad para realizar un arado uniforme.

En el terreno se realizan de uno a dos pasadas de arado dependiendo de la porosidad del terreno, se realiza una pasada de rastra este implemento deja los terrones del arado a una dimensión y tamaño más pequeños.

Como penúltimo implemento de pase es el “rota bitu”, este que lleva chulillas que giran a gran velocidad muele el terreno terminando de fragmentar los pequeños terrones que deja la rastra, el suelo queda de forma suelta casi similar a la arena de una playa, pero en partículas de mayor dimensión.

El ultimo implemento de pase con el canguro o tractor será la “encamadora” este deja el terreno en formas de cama con una altura de 20 a 30 cms. de ancho con 1.4 metros y de largo lo que tenga el terreno de siembra.

SIEMBRA DEL SEMILLERO

Se realiza con una distancia de una línea a otra de 17cms. La semilla se hecha sobre la cama a chorro corrido en líneas horizontales, por cada 15 metros de la cama se coloca 1 libra aproximadamente de semillas.

Durante la época del semillero se dan los cuidados de insecticidas, fungicidas y desmalezamiento.

Esta etapa es fundamental para la producción ya que un buen semillero con plántulas fuertes y sin enfermedades darán un mayor rendimiento de producción.

TRANSPLANTE

Se lo realiza de forma manual, sembrando catorce plantas horizontalmente, debidamente separadas 10 cm y 20cm de calle entre hilera, para esto el terreno debe estar con la humedad suficiente copando toda la cama de siembra.

CUIDADOS DEL CULTIVO

- a) Riego por goteo de 40 minutos (20 minutos de fertilización y 20 minutos de agua).
- b) Fumigación con insecticidas, plaguicidas y herbicidas.
- c) Desmalezamiento manual.

COSECHA

La cosecha se hace de forma manual lo cual requiere de gran cantidad de mano de obra en este proceso, se lo hace cuando la hortaliza se encuentra seca y ha alcanzado su máximo desarrollo que es a los 100 días de su trasplante.

CURADO

Una vez las cebollas son arrancadas se dejan en el mismo lugar de la cama con su follaje durante un periodo de 3 días al sol sin recibir humedad o brisas, se lo hace para que cicatricen las raíces y parte del follaje del bulbo así se previenen futuras infecciones prologando el tiempo que tiene de consumo.

CORTADO

Una vez que se haya completado el proceso del curado, las cebollas son cortadas de su cuello y ramificación de hojas dejando solo el bulbo en la cama de siembra.

SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN

Se selecciona la hortaliza de forma manual desechando los bulbos que no sean uniformes, con danos mecánicos y con hongos. luego se clasifican por su tamaño separando las cebollas muy pequeñas de las grandes.

EMPAQUE

Las cebollas son empacadas en mallas nuevos, limpios y secos que no transmitan olor o sabor extraños al producto, en bolsas de malla abierta, rojas, hasta 50 kg de peso cada bulto.

ETIQUETADO

Ya empacadas las cebollas en los bultos se colocará la lista de empaque en donde se especificará los detalles del producto, del exportador y del importador

ORGANIZADOR DE EVENTOS



Elaborado por: Autores de la investigación.

4.1 LOGÍSTICA PARA LA EXPORTACIÓN

4.1.1 REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN

1. ¿Conoce usted los trámites y requerimientos de exportación de la cebolla?

TABLA # 1

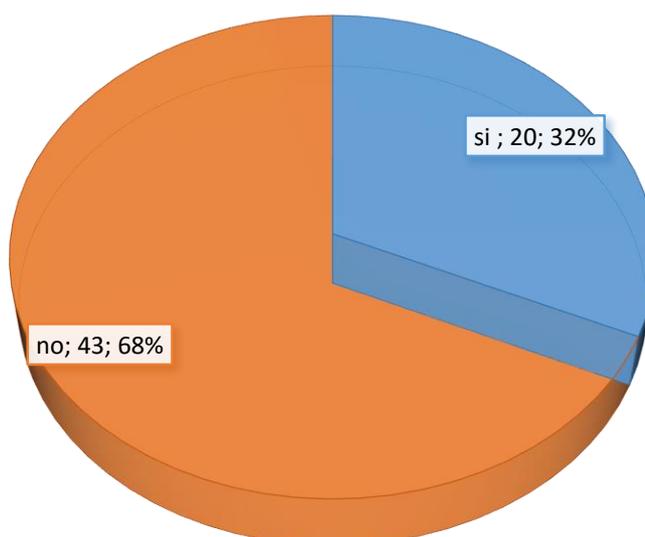
Conocimiento de exportación

Opción	Numero	Porcentaje
Si	20	32%
No	43	68%
Total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #1



En la encuesta aplicada a la asociación de productores de cebolla del cantón Portoviejo determino que del 100% de la población encuestada que son 63 personas el 68% el

cual le corresponde a 43 personas no conoce sobre los trámites y requisitos para la exportación de la cebolla perla al mercado internacional, la mayoría de los miembros no conocen el procedimiento para exportar al mercado colombiano inclusive teniendo años de experiencia adquirida el otro pequeño porcentaje que es del 20.32% el cual es de 20 encuestados conoce sobre los procedimientos porque son nuevos en el negocio de la exportación y tienen ganas de aprender sobre el mismo procedimiento.

Los requisitos y pasos a seguir para realizar trámites de exportación legal son los siguientes:

- 1) Tener RUC.
- 2) Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
- 3) tener registro fitosanitario
- 4) Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
- 5) Cumplir con los documentos obligatorios:
 - a) Factura comercial (autorizada por el SRI)
 - b) Packinglist (lista de empaque)
 - c) Certificado de Origen.
 - d) Factura electrónica
 - e) Certificado fitosanitarios
 - f) Carta de porte

4.1.2 ACUERDOS Y CONVENIOS COMERCIALES

A continuación, se puede observar el acuerdo comercial vigente entre Ecuador y Colombia.

TABLA # 2

Acuerdos comerciales vigentes entre Ecuador y Colombia

ACUERDOS	OBSERVACIÓN
Acuerdo comercial en la comunidad andina de naciones – (CAN)	Los países miembros de la comunidad andina de naciones podrán ingresar sus productos con preferencias arancelarias
Acuerdo de reconocimiento mutuo entre Ecuador y Colombia	Reconocer los órganos regulatorios de calidad de cada nación como lo son el INEN en Ecuador y el ICOTEC – Colombia.

Fuente: www.exportafacil.com

Elaborado por: Autores de la investigación.

4.1.3 COSTOS PARA LA EXPORTACIÓN

TABLA # 3

Costos de exportación

costo de los productos (#640 bultos) * (\$10)	\$ 6400
Certificado Fitosanitario	\$ 60
Carga y estibada al tráiler en finca sitio las Maravillas (Rocafuerte)	\$ 150
Flete Rocafuerte a Ipiales	\$ 1200
Seguro = 3% del valor de la mercancía más el flete	\$ 324
Aduana Tulcán Ecuador	\$ 371
Otros gastos en Tulcán	\$ 20
Valor CIF de la exportación hasta Ipiales Colombia	\$ 8525

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle río Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

4.2 ORGANIZACIÓN INTERNA

4.2.1 CONTROL DE INVENTARIOS

2. ¿Qué rango de organización interna cree usted tiene la asociación?

TABLA # 4

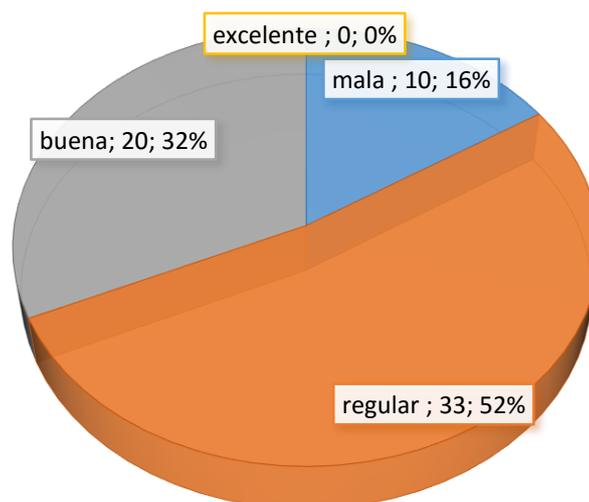
Organización interna de la asociación

Opción	Numero	Porcentaje
Mala	10	16%
Regular	33	52%
Buena	20	32%
Excelente	0	0%
Total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #2



En la encuesta aplicada a la población de la asociación de cebolleros de la ciudad de Portoviejo se determinó que el 52% correspondiente a 32 miembros de los encuestados piensan que la asociación tiene un nivel regular de organización interna algo empírico y poco desarrollado para lo que muchos esperan que sea la asociación algún día un 32% que representan 20 encuestados piensa que es buena y un 16% el cual representa a 10 encuestados llegaron a la conclusión de que es mala, en este caso los 63 miembros encuestados dieron sus respuestas individuales dando como resultado que la asociación tiene potencial administrativo que debe ser pulido a corto mediano y largo plazo.

El control de inventarios es la herramienta por la cual pasan todos los productos que son comercializados por la empresa y sean pedidos o productos producidos por la misma empresa, en este caso la empresa se encarga de hacer compra de semillas para la cebolla perla y luego de llevar el inventario necesario de la siembra de la cebolla y de cuanto se obtiene del proceso logístico y productivo de la cebolla, se determina la necesidad de la semilla a utilizar para la siembra de la cebolla, la cotización de las semillas y negociación con nuestro proveedor de semillas, hacer el pedido pertinente para luego almacenarlo y empezar el proceso de siembra.

Toda la mercancía producida o adquirida debe de ser depositada en un centro de acopio o almacén, el almacén es el lugar en óptimas condiciones para guardar la mercancía de manera segura.

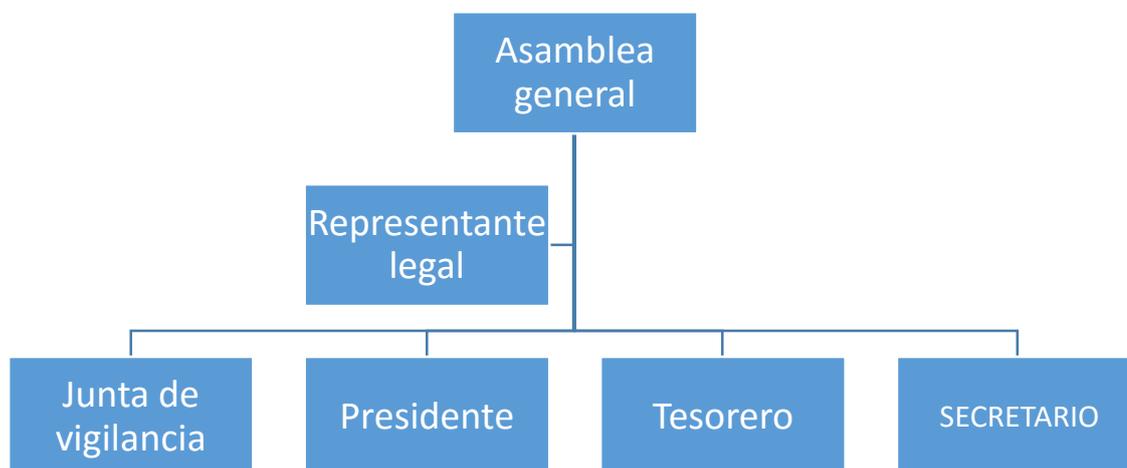
Se toma en cuenta que luego de que el producto este almacenado el objetivo es mantenerlo listo bajo pedido en el almacén o centro de acopio cuando existe una orden de venta se junta la cebolla necesaria para la orden ya estipulada se la empaca, se procede a el cobro o pago del cliente se entrega o embarca el producto como se a estipulado en el contrato.

4.2.2 COMUNICACIÓN ADMINISTRATIVA

La comunicación dentro de la asociación debe de ser eficiente y eficaz para así alcanzar el propósito de la empresa o negocio los productos y servicios los cuales debe de ser conocido por todos los miembros de la asociación, debe existir una participación activa de todos los miembros , debe existir una evaluación de la comunicación que se tiene

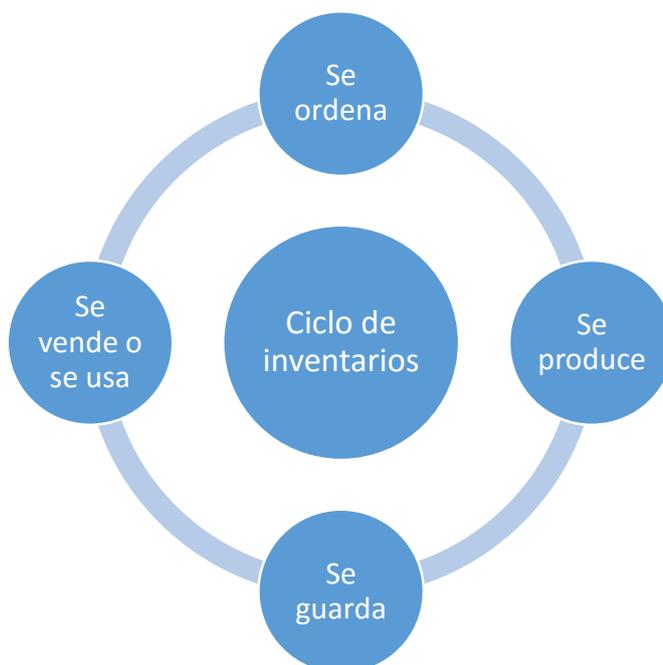
entre todos los miembros, la comunicación debe ser efectiva y atravesar toda la estructura de la empresa para no dejar ningún punto ciego dentro de la organización.

Organigrama de la asociación “ASOPROAGRORIOP”

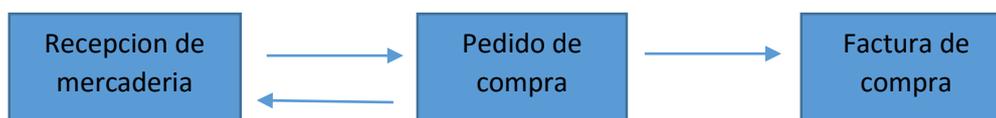


4.2.3 PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

CICLO DE INVENTARIOS

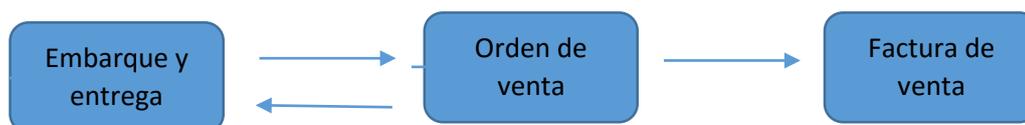


CICLO DE COMPRAS



Se puede observar en la ilustración como el pedido de compras entra mediante la recepción de la mercadería el cual pasa por el control de inventarios para luego pasar al departamento de ventas.

CICLO DE VENTAS



Cuando se trata del ciclo de ventas se embarca el producto desde el departamento de inventarios para luego entregarla mediante una orden de venta previamente ya estipulada por una factura comercial de venta.

4.3 CENTRO DE ACOPIO

4.3.1 CALIDAD DE LOS INSUMOS

3. ¿Cuenta con un centro de acopio?

TABLA # 5

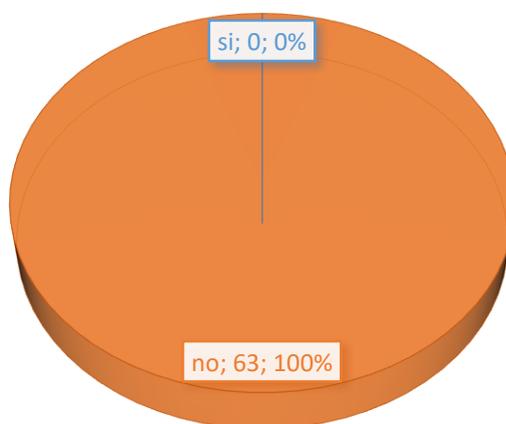
Existencia de centro de acopio

Opción	Numero	Porcentaje
Si	0	0
No	63	100%
total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #3



En la encuesta aplicada a la asociación de productores de cebolla del cantón Portoviejo determino que el 100% de la población encuestada que son el equivalente a 63 personas saben que no cuentan con el debido centro de acopio el cual les beneficiaría a largo plazo para futuros procesos logísticos y de producción más eficaces el centro de acopio es de vital importancia para la asociación por eso es la asociación se encuentra trabajando en el desarrollo y construcción de el mismo el cual estará ubicado en el sitio la sequita de la parroquia crucita el cual cuenta con 7000 metros cuadrados de operatividad.

En lo que refiere a la calidad de insumos es un punto fundamental ya que va desde elegir al correcto proveedor y el correcto insumo esto es base para que el comienzo de los procesos del producto y logísticos sean de calidad, para la asociación “ASOPROAGRORIOP” es de vital importancia que determine una correcta semilla que sea de mayor resistencia a las plagas e insectos y así mejorar el rendimiento productivo.

En el campo agrícola otro insumo de gran importancia es el suelo debido a que un suelo en desgaste e infértil no lograra la producción requerida es por ello necesario rotar los suelos y así mismo rotar las siembras con cultivos que mejoren su calidad para la producción de cebolla.

Así mismo la correcta utilización de los fertilizantes, insecticidas, fungicidas y herbicidas según el requerimiento del cultivo, con proveedores que garanticen la eficacia de los mismos.

Todos estos productos e insumos excepto el suelo deberán estar en completo orden con un buen almacenamiento separados a cierta distancia del área de producción y del contacto con el producto final.

4.3.2 INOCUIDAD DE LOS PROCESOS DE ALMACENAJE

Muchos de los productos que más cuidado necesitan para su almacenaje son los productos agrícolas, ya que pueden ser afectados por plagas o tienden a dañarse por humedad falta de aseo, etc.

Los elementos que se deben tomar en cuenta en el proceso de almacenaje de cualquier producto es las condiciones climáticas del lugar la inocuidad del centro de acopio o de almacenamiento, las capacidades de tener el producto en óptimas condiciones para su uso inmediato deben ser almacenados correctamente según las condiciones de temperatura, humedad, ventilación, etc.

El lugar en el cual va a estar ubicada la cebolla luego de la cosecha dentro del proceso logístico debe estar bien definido para los productos que se encuentren contaminados, defectuosos o hayan sido descartado.

El centro de acopio o de almacenamiento es de mayor importancia para una empresa productora agrícola o en este caso para la asociación de cebolleros porque en un centro de acopio correctamente administrado se puede separar muchas cosechas de diferentes productores y estar listas para un proceso FIFO (first in, first out) por sus siglas en ingles es el proceso por el cual los primeros productos que ingresan son los primeros en salir y ser comercializados en el mercado nacional o internacional en el caso de la asociación q realiza ventas en el mercado internacional de Colombia el cual es su principal socio comercial, tener el centro de acopio ubicado en un lugar optimo es algo muy de la mano con la rápida extracción del producto con los transportistas lo cual facilita el flujo de salida y entrada de los mismos a el complejo en el cual este instalado en centro de acopio de la asociación.

4.3.3 NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS ESTANDARES DE CALIDAD

Los estándares de calidad son el conjunto de métodos, requisitos, reglas y pasos a seguir para que un producto sea de consumo inocuo o de medidas universales, en el campo agrícola quienes dan las pautas para estos son las normas de las BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS creadas por la FAO.

Las buenas prácticas agrícolas no son obligatorias, no obstante, son de gran importancia ya que dan la mayor recomendación para que los productos agrícolas sea inocuos para el consumo humano y así garantizar la seguridad alimentaria. Es por ello que para la “ASOPROAGRORIOP” es de gran importancia obtener este certificado ya que la dará mayor competitividad en el mercado garantizado un producto de calidad.

Dentro de las buenas prácticas agrícolas se destaca un punto muy importante el cual es el aseguramiento de la cadena de suministro, durante este proceso es fundamental la completa inocuidad que abarca el proceso de cosecha, almacenaje y transporte. Es por ello que un centro de acopio es de gran importancia para un correcto almacenaje como lo dictan las BPA.

4.4 MAQUINARIA AGRÍCOLA

4.4.1 TIPOS DE MAQUINARIA

5. ¿Cree usted que las maquinarias agrícolas mejoran los procesos productivos?

TABLA # 6

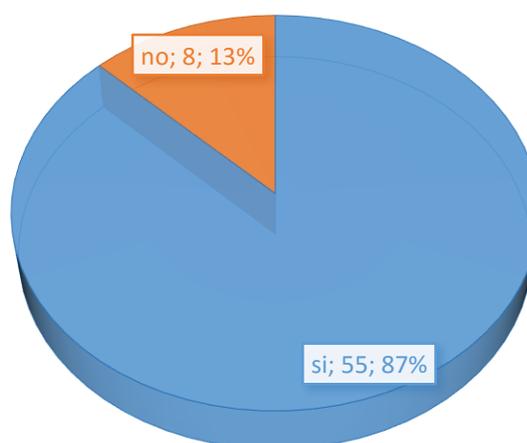
Necesaria maquinaria agrícola

Opción	Numero	Porcentaje
Si	55	87%
No	8	13%
total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #4



En la encuesta aplicada a la asociación de productores de cebolla del cantón Portoviejo determino que del 100% de la población encuestada que son el equivalente a 63 personas el 87% el cual le corresponde 55 de los miembros piensan que las maquinarias agrícolas mejoran indudablemente los procesos productivos un pequeño porcentaje que es del 13% el cual le corresponde 8 miembros piensan que no necesariamente mejoran el proceso productivo lo cual es mínimo para el global de la asociación en este caso la asociación y cada productor ya cuenta con algún tipo de maquinaria agrícola las cuales son utilizadas para los procesos logísticos dentro de los terrenos de los productores esto hace que sea más fácil alquilar para ciertos productores que carecen de las herramientas necesarias para mejorar sus procesos y avanzar con velocidad en la cosecha.

Las maquinarias e implementos para mejorar la logística productiva de la cebolla son:

- a) **Tractor canguro:** Es una maquina agrícola en la cual sirve para empujar y remolcar y con sus diferentes modalidades de uso se les pueden implementar: fumigadoras, arados, segadoras, cortadoras etc. Que le da al tractor una gran variedad de usos agrícola.
- b) **Sembradora:** es un implemento agrícola que se acopla al tractor para poder trasplantar las plantas de cebollas al, consiste en fijar las plantas al suelo para su proceso de cultivo.
- c) **Fumigadora aguilón:** es un implemento que se acopla al tractor agrícola el cual pulveriza las preparaciones para eliminar plagas y malezas del cultivo.
- d) **Cosechadora:** es una máquina que arranca la hortaliza de suelo, la misma suspende la hortaliza mediante bandas transportadoras y apila las cebollas en pallets de cajón.
- e) **Empacadora** es una máquina que llena la hortaliza en mallas o sacos y así estar listas para el transporte hacia destino.

4.4.2 COSTO DE ADQUISICIÓN

TABLA # 7

Costos de maquinaria

Herramientas	Costo
Tractor canguro	\$55000
Sembradora	\$15000
Fumigadora tipo aguilón	\$9000
Cosechadora	\$25000
Empacadora	\$3000
TOTAL	\$107000

Fuente: Motrac, fagro.

Elaborado por: Autores de la investigación.

4.4.3 PROVEEDORES DE MAQUINARIA

Motrac:

es una empresa que se dedica a la distribución en Ecuador de la línea de tractores americanos John Deere y demás implementos agrícolas.

Fagro:

Es una empresa agrícola que se encarga de distribuir productos químicos para el control de plagas e implementos necesarios para la pulverización de los mismos.

CAPÍTULO V

5. COMERCIALIZACIÓN EXTERNA

Es la integración y promoción de exportaciones e importaciones, apertura de nuevos mercado programas de exportación de productos de toda índole a nivel internacional (Hugo Torres, 1971)

5.1 NUEVOS MERCADOS

5.1.1 MERCADOS POTENCIALES

6. ¿Cree usted convenientes tener nuevo mercado para ofertar la cebolla?

TABLA # 8

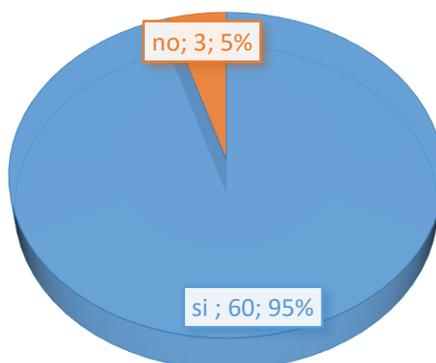
Nuevos mercados a ofertar

Opción	Numero	Porcentaje
Si	60	95%
No	3	5%
total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #5



De los 63 encuestados de la asociación de cebolleros del cantón Portoviejo un 95% el cual representa 60 miembros llego al consenso de que se debe tener nuevos clientes en nuevos mercados en especial por el ámbito de la exportación y mercados extranjeros ya que cada uno de ellos quiere adquirir capacidad para producir a gran escala y satisfacer sus necesidades económicas y de desarrollo, es muy importante para ellos abrir mercados en el exterior ya que eso les proporcionara mayores ingresos y con un adecuado proceso logístico ellos podrán desarrollar un producción para cubrir con las demandas de los mercados emergentes.

Los mercados potenciales son dentro del Ecuador y en Colombia abriendo mercado a nuevos clientes en el país cafetero.

En el Ecuador serían los mercados nacionales abastecer a la producción y consumo nacional lo cual genera ingresos mínimos para la asociación por el otro lado la exportación de un producto a buen precio es un excelente negocio y los ha sido por mucho tiempo en la asociación de cebolleros, la exportación es una operación que con el adecuado proceso logístico será la opción más viable para la asociación. Mientras que solo un 5% el cual representa 3 miembros piensa que no.

5.1.2 OFERTA EXPORTABLE

La oferta exportable para la asociación se define en 3 puntos clave

Asegurar los volúmenes de demanda a los clientes

Los volúmenes de venta de la empresa hacia los clientes tienen y deben de ser una prioridad para la misma ya que cuando aumentan los volúmenes de venta el todo en el proceso logístico aumenta, riesgos, ganancias y gastos.

Estar siempre con capacidad para satisfacer la demanda de los clientes fijo y tratar de estar preparado para clientes potenciales es vital para mantener una relación de abastecimiento constante cliente proveedor y mantener el flujo de capitales activo en la asociación.

Capacidad económica

En el caso de la asociación la capacidad económica no significa un problema de alto nivel por el hecho de ser una asociación varios miembros aportan con cantidades de dinero para concretar objetivos a corto mediano y largo plazo.

En el caso del tener capacidad de terreno tampoco porque cada socio cuenta con un terreno fértil y a disposición de sembrar productos de demanda para saciar las necesidades de los mercados emergentes tanto nacional como internacionalmente hablando.

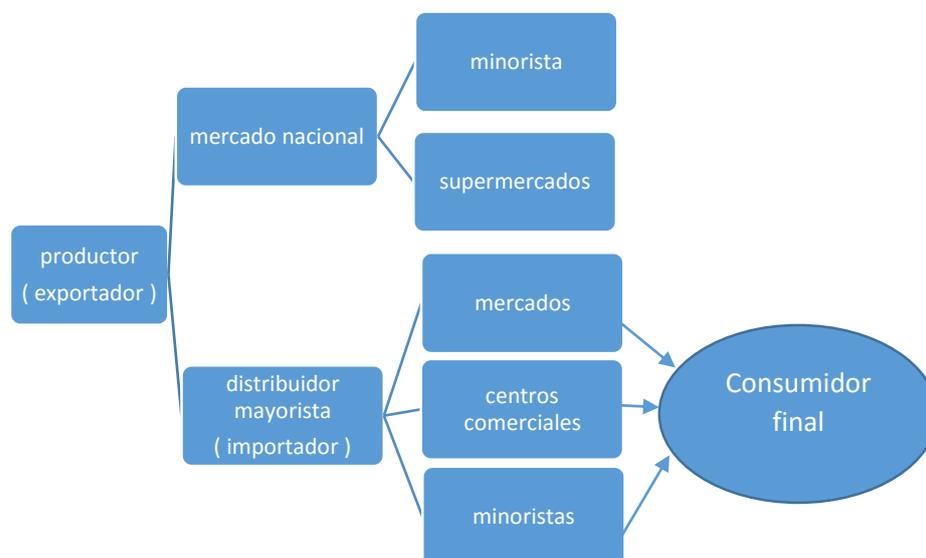
Capacidad de gestión

La asociación de cebolleros es algo nueva por lo cual una de las principales falencias es la capacidad de gestión como exportadora y aportando con procesos logísticos eficientes dentro del proceso de exportación, la asociación debe desarrollar su cultura exportadora a toda costa ponerse al día con nuevos conocimientos y procesos logísticos para así poder desarrollar y conocer exactamente cuáles son sus capacidades y debilidades a la hora de tomar decisiones eficientes para la misma.

5.1.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución es la forma sistemática de conocer el flujo el cual va a circular la cebolla desde el origen hasta el destino de acuerdo con los clientes o entes que se vean involucrados en el proceso.

Los principales entes que se ven involucrados son los Productores, intermediarios, y consumidores los cuales trabajan conjuntamente para un beneficio común o un valor agregado.



5.2 MERCADO EXTERNO

5.2.1 CLIENTES Y CONSUMIDORES

7. ¿Qué rango de conocimiento tiene usted sobre el mercado externo al que exporta?

TABLA # 9

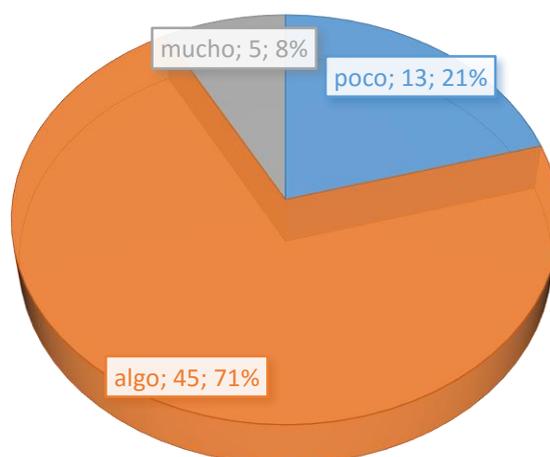
Conocimiento del mercado extranjero

Opción	Numero	Porcentaje
Poco	13	21%
Algo	45	71%
Mucho	5	8%
Total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #6



Sobre los 63 encuestados de la asociación de cebolleros un 71% que es correspondiente a 45 de los encuestados determino que sus conocimientos son limitados dentro del mercado externo al que ellos exportan, un 21% correspondiente a 13 miembros dijo que poco y solo un 8% los cuales son 5 miembros supieron información sobre el mercado colombiano.

Los conocimientos sobre el mercado al cual están ellos exportando son muy cortos como se puede notar en el grafico lo cual les representa un problema a la hora de ofertar el producto a Colombia de manera más eficaz para lo cual ellos deben obtener información a cabalidad de cómo están los movimientos y fluctuaciones de la producción en Colombia para ser más competitivos dentro del mismo.

Los clientes y consumidores son personas que adquieren productos y servicios en el caso de la asociación los clientes existen en el mercado colombiano y los consumidores la población de Colombia como también puede ser un consumidor nuestro mercado nacional como cliente minoritario.

Lo que se trata y lo cual es clave es de mantener una fidelidad con el cliente que sea continua y pues que mantenga a la asociación como su proveedor principal por un largo periodo de tiempo, ya que si se termina la negociación afectaría de manera directa a la economía de la empresa.

En el caso del consumidor puede cambiar fácilmente de proveedor y no afecta del todo a la asociación, pero puede ser de gran ayuda para aumentar el volumen de ventas de la empresa como tal o causar que el cliente este o no en estado de fidelidad con la empresa la tendencia de la asociación es de tener clientes fijos mas no consumidores variables ya que se gana mucho más manteniendo los buenos clientes y adquiriendo nuevos que solo mantenerse con consumidores volátiles.

5.2.2 COMPETENCIA

La competencia es algo con lo cual toda empresa debe lidiar y en el caso de la asociación la competencia se sitúa en el Perú más que nada es su principal competidor para las ventas del mercado colombiano y nacional ya que existe alto nivel de contrabando en la frontera con el Perú ingresan los productos mediante trochas o caminos clandestinos por los cuales no pagan aranceles o impuestos por el ingreso de

las mercancías causando gran afectación a el mercado nacional en especial a las ventas de cebolla de la asociación.

5.2.3 INTERMEDIARIOS

Los intermediarios son agentes que intervienen dentro del proceso de comercialización hacia el mercado externo estos agentes dado a que rigen un proceso logran un margen de ganancia restándole utilidades al productor en este caso la asociación.

Un intermediario puede ser de gran utilidad a la hora de traer nuevos clientes o generar ventas extras a la asociación en el caso de que exista el intermediario ayudara a conseguir la venta requeridas y de alcanzar un cliente o consumidor nuevo para la asociación la cebolla es un producto agrícola primario que se puede comercializar fácilmente en cualquier mercado a nivel nacional o internacional.

5.3 ALMACENAMIENTO

5.3.1 SEGURIDAD ALIMENTARIA

8. ¿En qué rango de sanidad considera que esta su producto?

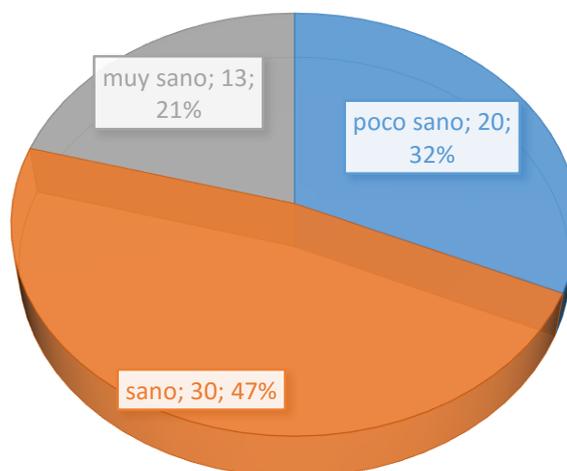
TABLA # 10

Calidad del producto

Opción	Numero	Porcentaje
Poco sano	20	32%
Sano	30	47%
Muy sano	13	21%
total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #7

De acuerdo con la encuesta aplicada a los 63 miembros de la asociación de cebolleros de la ciudad de Portoviejo se terminó que un 47% el cual corresponde a 30 miembros encuestados cree que su producto es sano para el consumo humano solo un 21% los cuales solo son 13 miembros consideraron que era muy sano y el 32% lo que significa que son 20 considero que el producto era poco sano, lo cual lleva al a conclusión de que los productores de cebolla de la asociación deben mejorar el proceso logístico para poder ofertar el producto de mayor calidad para los clientes especificados, los clientes deben mantenerse sobre las expectativas para poder contenerlos como clientes fieles y así utilicen la estrategia de márketing la cual es de boca en boca y se obtenga el interés de otros posibles compradores a nivel internacional.

Se da cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico, social y económico a los alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfagan sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar una vida sana y activa (FAO.1996)

Dado que el producto por condiciones adversar del clima en el cantón Rocafuerte no permiten que se coseche el producto durante todo año. Es importante que dentro de la asociación se dé un correcto orden de producción según las tendencias del mercado y el adecuado almacenamiento del producto excedente, que dará como resultado que en el mercado no se genere un desabastecimiento, cumpliendo así con la definición de seguridad alimentaria.

5.3.2 PRODUCTO INOCUO

Un producto inocuo es aquel que por su proceso en la cadena de valor esta libre patógenos microbianos, contaminantes químicos y contaminantes físicos. Lo que da como resultado un alimento sano y apto para el consumo humano, es por ello que para la seguridad alimentaria es fundamental que el producto sea inocuo para el consumo.

Para la asociación es fundamental adoptar los medios y procesos necesarios para la inocuidad de los alimentos, ya que esto es primordial para la salud humana así mismo genere confianza para el consumidor abriendo nuevas puertas y expandir el mercado.

5.3.3 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Un sistema de gestión de calidad es el conjunto de actividades y procesos que dan como fin al cumplimiento de las expectativas que el demandante tiene sobre un producto a adquirir.

las organizaciones internacionales de normalización son de gran importancia en el mercado externo puesto que estas son las que nos aseguran la calidad de un producto. Para que la asociación pueda adoptar una de estas normas de calidad está La norma ISO 9001:2008

la ISO 9001:2008 nos dice que actividades debemos hacer para asegurar calidad en nuestro producto y se da cuando se define, opera, mide y corrige los procesos.

5.4 COSTO DE PRODUCCIÓN

5.4.1 ADQUISICIÓN DE INSUMOS

9. ¿Tiene usted un control detallado de los costos?

Tabla # 11

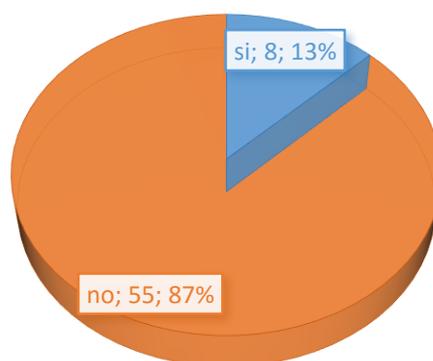
Control de costos

Opción	Numero	Porcentaje
Si	8	13%
No	55	87%
total	63	100%

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

GRÁFICO #8



En la encuesta a los 63 miembros de la asociación de cebolleros un 87% los cuales son 55 encuestados concluyen que no llevan un control detallado de costos generados para su producción agrícola ni dentro del proceso logístico un 13% correspondiente a 8 de los encuestados determinan que si llevan un control de los costos, llevar un control de costos adecuado es necesario para la organización ya que ellos así podrían llegar a priorizar necesidades dentro de su proceso logístico es de vital importancia que ellos manejen un control de inventarios y costos lo cual los ayudaría a desarrollarse

institucionalmente para obtención de créditos y nuevos miembros para la misma asociación.

Los insumos son de gran importancia para la producción ya que son bienes que se transforman y se emplean para la obtención del producto final, por esto es fundamental de que estos sean de calidad y que estén siempre al momento que se necesitan ya que si no se detendría los procesos creando una cadena de retrasos productivos.

Adquisición es toda acción que se realiza para la obtención de un bien o producto, para los miembros de la asociación el costo de adquisición de los insumos será de menor valor si la compra es asociativa ya que los montos de compras serán en volúmenes grandes y se pueden negociar promociones o descuentos finales a los proveedores ,así mismo en la asociación es fundamental un cronograma de compras según las planificaciones de siembra de cada miembro, de la misma manera un presupuesto de compra según el área total de siembra de los participantes.

5.4.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Proceso de producción son todas las actividades que se realizan en conjunto y de forma encadenada para la obtención d un producto final, los procesos productivos se dividen en áreas o etapas para así mejorar y optimizar la producción

5.4.3 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

El proceso de comercialización es la etapa final en la cadena de valor es la que se encarga de la distribución e internacionalización del producto, para ello se determinaron los siguientes costos hasta que el producto es colocado en los mercados mayoristas de Bogotá.

TABLA #12

COSTOS COMERCIALIZACIÓN HASTA BOGOTÁ COLOMBIA	
Certificado Fitosanitario	\$ 60
Carga y estibada al tráiler en finca sitio las Maravillas (Rocafuerte)	\$ 150
Flete Rocafuerte a Ipiales	\$ 1200
Transbordo de vehículo en Ipiales 360000 pesos entre 3000\$ cambio actual	\$ 184
Flete Ipiales – Bogotá 3,200,000 pesos entre 3000\$cambio actual	\$ 1066.66
Total, de gastos	\$ 2660.66

Fuente: Asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

Elaborado por: Autores de la investigación.

CONCLUSIONES

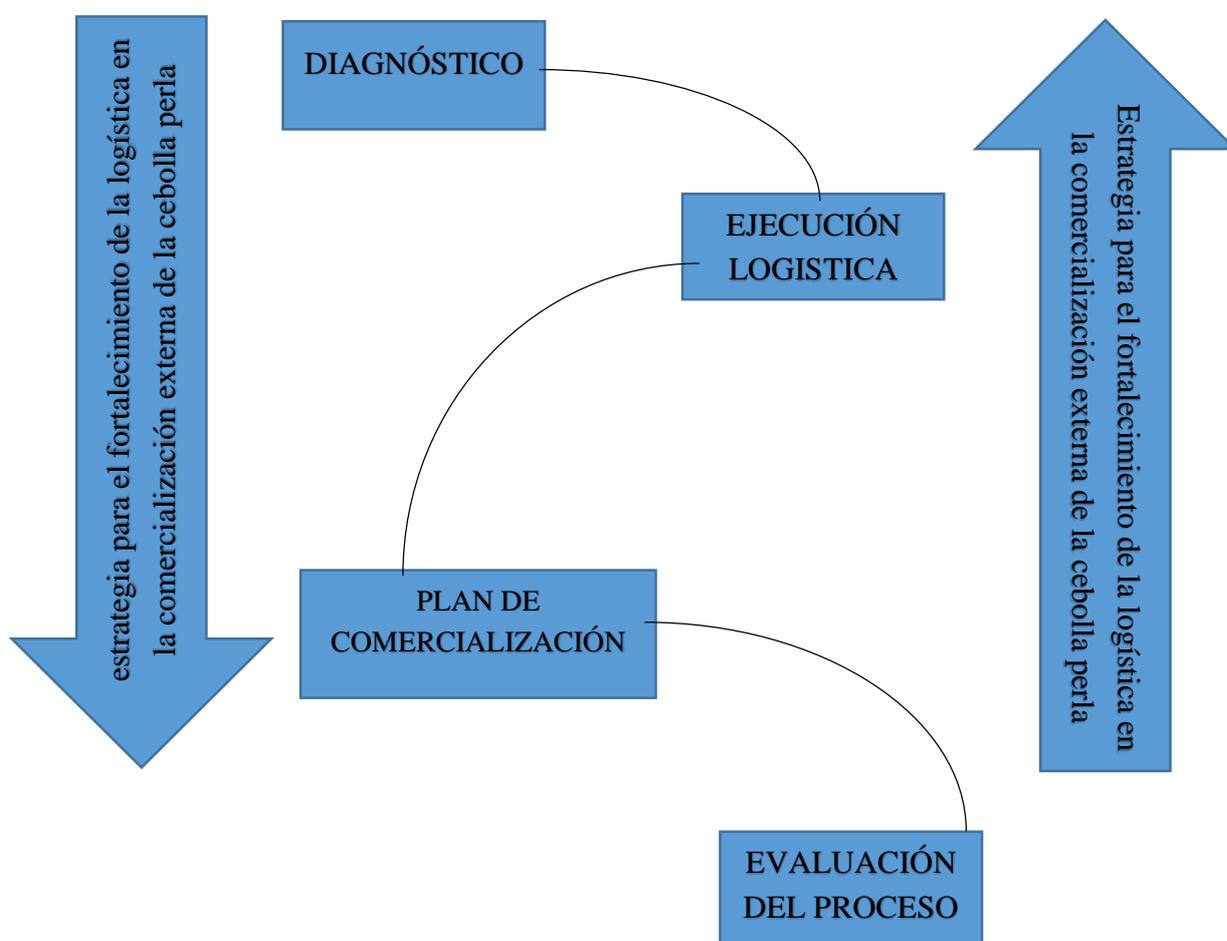
1. El presente trabajo de investigación ha permitido determinar el grado de conocimientos que tienen los productores agrícolas de cebolla perla miembros de la “asociación de productores agrícolas del valle del río Portoviejo” referente a los procesos de producción, comercialización y logística. Del cual el estudio demuestra la baja aplicación de una logística técnica y tecnológica para la comercialización externa de la cebolla perla.
2. Dentro de los procesos logísticos de producción se demanda una gran cantidad de mano de obra lo cual incrementa los costos de producción debido a la poca tecnificación e uso de maquinaria y herramientas tecnológicas.
3. Un punto de vital importancia para el proceso logístico y por congruente mejor comercialización es el correcto almacenamiento de los productos cosechados, muchas empresas que se dedican a la comercialización de productos agrícolas carecen de un proceso de almacenamiento posterior a la cosecha de los mismos por lo carencia de tal centro de almacenamiento tienden a generar grandes pérdidas económicas por lo cual la asociación debe de tener como punto primordial a creación de adecuado centro de acopio para poder acceder ágilmente a productos almacenados en momentos estratégicos para la comercialización, de esta manera reducirán pérdidas y ahorrarán en gastos de mantenimiento en cosecha brindando así un producto inocuo de excelente calidad.
4. Los productores agrícolas carecen de una promoción adecuada debido a la inexistencia de certificados de calidad e inocuidad que le permitan tener un mayor alcance dentro del mercado nacional, así como en el ámbito internacional. Estos certificados de calidad pueden ser las normas BPA que tratan sobre la inocuidad o la ISO 9001 que trata sobre la gestión de calidad en los procesos.

CAPÍTULO VI

6. LA PROPUESTA

ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA LOGISTICA EN LA COMERCIALIZACION EXTERNA DE LA CEBOLLA PERLA

6.1 ESQUEMA GRÁFICO



6.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La asociación de productores agrícolas del valle río Portoviejo es la principal productora y comercializadoras de la cebolla perla en la provincia de Manabí, los miembros producen y cultivan cebolla perla para el consumo interno y el

internacional, sin tener mayor conocimiento sobre un correcto proceso logístico a seguir para satisfacer la demanda internacional.

La asociación carece del proceso de producción y logístico necesarios para apuntar a mayores y mejores exportaciones al mercado colombiano, es por eso que el presente trabajo de investigación se establece para mejorar las condiciones de la asociación, establecer productividad para tener una mayor competitividad en el mercado colombiano.

6.3 FUNDAMENTACION TEORICA

La cebolla perla es un producto de gran demanda a nivel mundial siendo esta una de las hortalizas de mayor consumo, gracias a su variedad de utilización para gastronomía internacional. En la región latinoamericana uno de nuestros principales compradores de cebolla perla para el Ecuador es el mercado colombiano.

La provincia de Manabí gracias a los beneficios de su ubicación geográfica temperatura y clima que son óptimas para la producción de la cebolla perla se ha ido especializado en la siembra de este producto para hacer como su principal socio comercial el mercado colombiano.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un proceso logístico óptimo para fortalecer la comercialización externa de la cebolla perla para la asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo.

6.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mejorar los procesos agrícolas para la producción de la cebolla perla.
- Fomentar la aplicación de certificados internacionales agrícolas como lo son las BPA.

- Precisar los requerimientos documentarios necesarios para la exportación de la cebolla perla

6.5 DIAGNOSTICO.

6.5.1 HISTORIAL DE LA ASOCIACIÓN.

Previamente dicho en la contextualización histórica social del problema la cebolla perla se introdujo en los campos manabitas por parte de comerciantes colombianos con el objetivo de llevar a comercializar el producto hacia a su país, este practica se siguió desarrollando por parte de agricultores manabitas con el fin de probar suerte a la hora de la venta de la cebolla perla.

En el año 2007 la mayor parte de los agricultores manabitas sufrieron de grandes pérdidas económicas por el motivo de los bajos precios de la cebolla, esto llevo a una gran parte de agricultores a unirse conjuntamente para pedir ayuda a las autoridades y gobierno, para formar una organización, en ese tiempo por una mal asesoría formaron la “CORPORACIÓN DE EXPORTADORES DE CEBOLLA PERLA”.

Esta denominación y tipo de forma jurídica no les trajo gran parte de beneficios como pensaron en principio les traería, puesto que por denominarse “CORPORACIÓN” las autoridades y departamentos agrícolas no les daban mayor importancia debido a que el nombre da una expectativa de una gran empresa transnacional lo cual nunca lo fue.

Finalmente, el 14 de septiembre del 2015 se forma jurídicamente “LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRICOLAS DEL VALLE RIO PORTOVIEJO”, pese al poco tiempo de constitución miembros de la asociación aseguran que el cambio ha sido radical, ya que su llamado a las autoridades tiene una respuesta y apoyo con mayor fuerza, desde su constitución hasta la actualidad la asociación denuncia el contrabando ilegal de cebolla perla y colorada desde el vecino país Perú hacia el nuestro, este producto por ingresar al país sin el pago de los respectivos tributos al comercio exterior e impuestos , por el cambio de moneda y por el costo producción en el país vecino trae como consecuencia un producto de bajo costo el cual perjudica directamente a la producción nacional. Esta denuncia por parte de los directivos de la asociación les dio una gran respuesta tanto así que dialogaron sobre el tema con autoridades como: gobernadora de Manabí, ministro de relaciones exteriores, ministro

del interior, ministro de defensa y ministro de agricultura, los cuales tomaron acciones para el control de la frontera y gracias a ello el producto nacional y los productores de la asociación lograron vender el producto a un precio justo y oneroso.

6.5.2 UBICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.

Actualmente la asociación de productores del valle rio Portoviejo no cuenta con una sede propia, sus reuniones se hacen en la sala de velación san Rafael del sector la sequita de la parroquia crucita.

En el mismo sector la asociación es dueña de un terreno donde piensan construir un centro de acopio gracias a la intervención y financiación del gobierno el cual será lugar de su sede.

6.6 EJECUCIÓN LOGÍSTICA.

6.6.1 REQUERIMIENTOS Y DOCUMENTACIÓN.

La base legal para realizar cualquier tipo de actividad comercial o económica es la obtención del RUC (registro único al contribuyente) a partir de este se realizan los demás registros según el campo de actividad económica necesario.

Para el caso de la exportación de cebolla perla tenemos los siguientes registros y su utilidad.

REGISTRO DE FIRMA ELECTRÓNICA O TOKEN.

La firma electrónica son datos en forma electrónica que se utiliza para detectar al titular de la firma que tendrá igual validez jurídica que una firma manuscrita. Así con ella se da la facturación mediante vía electrónica.

REGISTRO EN ECUAPASS.

Este registro sirve para identificarse como exportador o importador en el sistema aduanero ecuatoriano, este registro de igual manera sirve para la obtención del certificado origen.

REGISTRO FITOSANITARIO.

Este registro es necesario para la exportación de todo tipo de plantas, frutas, raíces o hortalizas como lo es en este caso.

Esto se lo hace en el MAGAP (Ministerio de Agricultura ganadería acuicultura y pesca) en las agencias de agrocalidad (calidad del agro).

Una vez registrado se podrá dar la obtención del certificado fitosanitario para la exportación del producto.

DOCUMENTOS TÉCNICOS:

1. Factura comercial. Documento en donde se detallan las mercancías a exportar con sus respectivos impuestos arancelarios(FEDEX,2015)
2. Lista empaque. Es la lista que muestra en forma detallada las unidades en cada empaque al momento de descargar la mercancía. (SIICEX,2015)
3. Guía de remisión. Documento en el cual se detallan las mercancías trasladadas dentro del territorio ecuatoriano.
4. Carta de porte. Documento en el cual se detallan las mercancías trasladadas en el comercio internacional.
5. Certificado fitosanitario. Documento que garantiza la inocuidad y sanidad de los alimentos no procesados, plantas y semillas.
6. Certificado origen. Documento que garantiza la fabricación o producción del país de origen, este documento sirve para la exoneración parcial o total arancelarios que en el caso de Ecuador se mantienen el acuerdo de la CAN.
7. DAU (declaración aduanera única).

6.6.2 MEDIOS DE TRANSPORTE

Como medio de transporte y como único para el traslado de la cebolla perla hacia Colombia se utilizan los tráileres tipo montana como lo son las marcas Kenworth y FreeLander con la carroza debidamente cubierta con lona, los cuales tienen una capacidad de carga de hasta 640 bultos de cebolla de 50kg cada uno.

6.7 PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

6.7.1 PRODUCTO OFERTANTE

El producto de principal comercialización internacional dentro de la asociación es la cebolla perla como principal comprador en el exterior como lo es Colombia, ya previamente hablado.

la cebolla perla es una hortaliza de nombre científico *Allium Cepa* este producto se consume desde hace miles de años el origen de su descubrimiento y posterior cultivo es algo incierto, pero la historia hace referencia que su comienzo fue en la antigua india.

La cebolla perla en general contiene muchos minerales esenciales como lo son el calcio el fosforo, potasio, hierro, magnesio zinc y podemos obtener vitaminas como la C, A su principal aporte nutritivo es en el potasio ya que en 100g de cebolla aproximadamente se puede obtener 157 mg de potasio

Valores nutritivos de la cebolla perla:

Tabla # 13

Factores nutricionales

Valores nutritivos y aporte de una cebolla mediana de 100g	
Descripción	valores
kcal	40
Humedad	90%
Proteínas	1.5g
grasas	20g
Hidratos de carbono	9g
fibra	1.3g

Fuente: [En línea] proveedoresuristicos.com.mx

Elaborado por: autores de la investigación.

6.7.2 PRECIO DEL PRODUCTO

Por ser una hortaliza generalmente el precio de este producto varia y fluctúa según el movimiento de la oferta y la demanda que quiere decir esto, por ejemplo: si la demanda del producto es alta y la oferta del producto es baja el precio del producto será alto, en el caso contrario si la demanda es baja y la oferta del producto es alta el precio de este será bajo.

Según los productores de la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS DEL VALLE RIO PORTOVIEJO el costo de producir una hectárea de cebolla es de 10000 dólares americanos, el costo de un bulto de aproximadamente 50kg dependerá directamente del volumen de producción ya que no siempre será el mismo esto se basa en el cuidado control y fertilización, un promedio o media alcanzar es de 1000 bultos por hectárea lo que dejaría un costo por unidad de 10 dólares americanos por cada bulto de 50kg.

Tabla # 14

Calculo del Precio de la cebolla en Bogotá	
costo de los productos (#640 bultos) * (\$10)	\$ 6400
Certificado Fitosanitario	\$ 60
Carga y estibada al tráiler en finca sitio las Maravillas (Rocafuerte)	\$ 150
Flete Rocafuerte a Ipiales 640 bultos	\$ 1200
Seguro = 3% del valor de la mercancía más el flete	\$ 324
Aduana Tulcán Ecuador	\$ 371
Otros gastos en Tulcán	\$ 20
Transbordo en Ipiales 360000 pesos entre 3000\$ cambio actual	\$ 184
Flete Ipiales – Bogotá 3,200,000 pesos entre 3000\$cambio actual	\$ 1066.66
Costo total del ejercicio	<u>\$ 9775.66</u>
Utilidad del 40%	\$ 3910.25
Precio total del ejercicio para un contenedor de 40 pies	<u>\$ 13985.91</u>
Precio unitario= (\$ 13985.91 / 640 unidades)	<u>\$ 21.85</u>
Utilidad unitaria = (\$ 3910.25/ 640 unidades)	<u>\$ 6.11</u>

Fuente: asociación de productores agrícolas del valle rio Portoviejo y vicoagri S.A

Elaborado por: autores de la investigación

Esta tabla representa un estimativo del que él podría ser el precio exportable como ya explico antes la utilidad no siempre será la misma ya que depende de la oferta y la demanda incluso esta puede llegar a ser negativa lo cual generaría perdidas económicas o de lo contrario puede ser más alta y así lograr una mayor rentabilidad.

6.7.3 PLAZA DE VENTAS

La plaza de ventas de la cebolla perla se dirige al mercado colombiano de manera que se apunta a los grandes supermercados y cadenas de venta a nivel nacional, como también a mercados comerciales pequeños dentro de grandes ciudades como es la ciudad de Bogotá la cual cuenta con supermercados especializados y mercados comunes de menor tamaño.

La cadena de supermercados éxito ocupa un 40% de comercialización dentro del mercado colombiano colocándose como la primera a nivel nacional.

La cebolla perla producto de la asociación de productores agrícolas de la ciudad de Portoviejo apunta a llegar a estos mercados colombianos que nuestros principales compradores logren comercializar el producto a estos mercados de altos estándares.

Otro lugar de comercialización del producto es dentro de supermercados comunales de menor tamaño como se ha explicado con anterioridad los mercados de menor tamaño son de más rápido y mejor acceso que las grandes cadenas de venta a nivel nacional en Colombia por lo cual muchos de los clientes de la asociación de cebolleros de Portoviejo apuntan a la venta de la cebolla ecuatoriana en este tipo de mercados, en Ecuador no existe mayor diferencia al respecto porque mucha de la producción que no alcanza a comercializarse en el exterior va a parar a este tipo de supermercados, los agricultores manabitas deben especializarse en la logística aplicada y posterior métodos de comercialización, ya que al ingresar a plazas o mercados de mayor estándar les generara ingresos productivos generando más trabajo para futuras transacciones.

Con un correcto manejo de la promoción y del precio, el producto ofertante podrá ingresar en cualquier mercado al cual se quiera apuntar, Colombia es el principal comprador de la asociación manabita, por lo cual los agricultores deben incrementar

los esfuerzos para mantener la demanda de la cebolla perla ecuatoriana en buen nombre y bajo altos estándares de venta.

6.7.4 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

La promoción del producto es un factor que deber ser desarrollado de manera continua y progresiva, mediante una buena promoción del producto se puede alcanzar metas de venta positivas, la manera en la que se obtendrá una correcta promoción de la cebolla perla es certificando nuestra calidad en el producto que ofertamos, para lo cual la asociación debería poner en práctica y demostrar que sus productos son producidos bajo las normas de las buenas prácticas agrícolas, las cuales certifican que se produce un producto de inocuo y de calidad para el consumo humano, cuando se obtiene este tipo de documentos o pruebas de la inocuidad de un producto se llega a más y mejores clientes a nivel internacional esto permitirá a la asociación posicionarse en la mente de os consumidores y los clientes como un productor de calidad y calidez.

También se puede contratar vendedores especializados en ciudades específicas que ayuden con la promoción de los productos de la asociación ecuatoriana en Colombia, creando socios comerciales necesarios para mantener un flujo de venta de productos agrícolas del Ecuador hacia Colombia. Estos intermediarios pueden ayudar a aumentar el volumen de ventas y a estrechar lasos comerciales óptimos con clientes en el país cafetero.

Otro ente clave o podría llamarse socio operativo de la asociación agrícola del valle del rio Portoviejo puede ser PROECUADOR, ya que es un ente gubernamental que se encarga de promocionar a diferentes países a nivel mundial de estrechar lasos comerciales con países, por lo cual la cebolla perla puede ser impulsada de manera directa dentro de ferias internacionales ya que PROECUADOR tiene una constante presencia dentro de ferias internacionales para promover la compra de productos ecuatorianos que son la mayoría de consumo primario en la mayoría de los países.

El gobierno ecuatoriano ha puesto en marcha planes para que las empresas o asociaciones agrícolas puedan explotar su producción apuntando hacia un mercado internacional optimo, por lo cual los socios deberán apuntar a crear alianzas con el

gobierno y pedir tutorías en cuanto a la promoción de su producto y posterior comercialización al mercado colombiano.

6.8 EVALUACIÓN DEL PROCESO

6.8.1 EVALUACIÓN ORGANIZACIONAL

Las apropiadas exportaciones y transacciones internacionales para la asociación traerá la inversión necesaria para que los costos y gastos de las operaciones sean cubiertos lo cual dará una respuesta económica positiva para todos los miembros de la asociación en conjunto para así los costos para cada uno de los miembros sean menores, para mantener el ritmo de exportaciones adecuado deben realizar evaluaciones periódicas a su proceso logístico y de comercialización pues es la manera de mantener un control calidad y estándares óptimos para el producto

Deben mantener reuniones cada cierto tiempo para hablar sobre temas de inversión como el centro de acopio el cual están en proceso de creación pero deben asegurarse como unidad que sea una realidad obtener una asociación fuerte para no solo la cebolla perla sea su fuerte sino incursionen en la comercialización de otros productos agrícolas de gran salida nacional e internacional y a otros mercados o países con necesidades de productos ecuatorianos de calidad, así lograr aportar para el desarrollo de la provincia de Manabí en especial el cantón Portoviejo.

Tener resultados positivos atraerá más miembros y más inversionista para la asociación por lo cual deben procurar mantener los resultados positivos y la unidad que representa una organización agrícola de alto nivel y con metas claras a futuro.

BIBLIOGRAFIA

1. **ACUERDO DE CARTGENA** (2003) [En línea] disponible en: <http://www.sice.oas.org/trade/JUNAC/Decisiones/DEC563S.asp#ACart1>
2. **ACUERDO DE CONOCIMIENTO MUTUO** (1997) [En línea]. Disponible en: http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/003_COL_ACUERDO.pdf
3. **ALARCON GONZALES** Juan Ángel (1998). Reingeniería de procesos empresariales; teoría y práctica de sus estrategias, sus procesos y sus valores cooperativos (pagina 16) disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=TeveToI-e5MC&dq=procesos&source=gbs_navlinks_s
4. **ALVAREZ FERNANDEZ** Carlos Javier (2014) El ergonomista (pagina 18) disponible en: <http://www.elergonomista.com/dom01.html>
5. **ANTON CALLABA** Juan pablo (2004). Logística Internacional. (página 2) [En línea]. Disponible en: [https://books.google.com.ec/books?id=elcZdIk3qlkC&printsec=frontcover&dq=32.+ANTUN+CALLABA+Juan+pablo+\(2004\).+Log%C3%ADstica+Internacional.+\(p%C3%A1gina+2\)&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgw8SSuLHLAhXL6SYKHRIjCQ0Q6AEIKTA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=elcZdIk3qlkC&printsec=frontcover&dq=32.+ANTUN+CALLABA+Juan+pablo+(2004).+Log%C3%ADstica+Internacional.+(p%C3%A1gina+2)&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjgw8SSuLHLAhXL6SYKHRIjCQ0Q6AEIKTA#v=onepage&q&f=false)
6. **BANCO NACIONAL DEL COMERCIO EXTERIOR** (2013) (página 17) disponible en: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/preguntas-frecuentes/>

7. **BUSTOS SUAREZ** Amanda Mireya (2013). La comercialización de queso doble crema producido por la empresa de Lácteos la Caserita [En línea]. Consultado (15 de octubre). Disponible en: <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/75/1/083%20LA%20COMERCIALIZACION%20DE%20QUESO%20DOBLE%20CREMA%20PRODUCIDO%20POR%20LA%20EMPRESA%20LACTEOS%20LA%20CASERITA%20UBICADA%20EN%20EL%20CANTON%20SAN%20PEDRO%20DE%20HUACA%20BUSTOS%20SUAREZ,%20AMANDA%20MIREYA.pdf>

8. **CHAVEZ MORILLO** Yesenia Monserrate, **TORO MENDOZA** (2008). Maria Cecilia. *análisis de la actividad agro-industrial de los productos procesados del yackfruit y su incidencia socio económica en el sector exportador del ecuador (El Carmen Flavio Alfaro, Sto Domingo de los Colorados, Quevedo y Quininde.*[En línea]. Consultado (15 de octubre). Disponible en: <http://utm.edu.ec/tesis/823.pdf>

9. **CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION** (2013) [En línea]. Disponible en: <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>

10. **DECLARACION CONJUNTA PRESIDENCIAL ECUADOR – COLOMBIA** (2013) [En línea]. Disponible: http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/002_COL550.pdf

11. **DELGADO ROSERO** German Javier (2013). Los procesos logísticos de almacenamiento en el Depósito Temporal El Rosal. [En línea]. Consultado (15 de octubre). Disponible en: <http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/102/1/134%20LOS%20PROCESOS%20LOGISTICOS%20DE%20ALMACENAMI>

[ENTO%20EN%20EL%20DEP%C3%92SITO%20TEMPORAL%20E
L%20ROSAL%20ALMAROS%20CIA%20LTDA%20Y%20LA%20A
TENCI%C3%92N%20AL%20CLIENTE%20-
%20DELGADO%20ROSERO,%20GERM%C3%80N.pdf](#)

12. **ESCUADERO SERRANO** María José (2014) logística de almacenamiento (página 18) disponible en: [https://books.google.com.ec/books?id=AnC6AwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=almacenamiento&hl=es-419&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIhYPM_qj3yAIVgSYeCh2IgwH_#v=onepage&q=almacenamiento&f=true](#)
13. **ESPADA** Alda Obalia y **TORREIBA** Juan Pablo. (1974) Manual sobre los centros de acopio. (página 13) disponible en: [https://books.google.com.ec/books?id=wnAOAQAIAAJ&pg=PA13&lp_g=PA13&dq=concepto+de+centro+de+acopio+en+libros&source=bl&ots=fiehmqhhYL&sig=Et2BIOFTWhf5bishP6hO1hYMz8w&hl=es-419&sa=X&ved=0CDMQ6AEwBGoVChMIgvz7k5n3yAIVRi0eCh00aggU#v=onepage&q=concepto%20de%20centro%20de%20acopio%20en%20libros&f=false](#)
14. **ESPINOZA VAZQUEZ** Jenny (2012) *Análisis de la logística internacional utilizada por las empresas ecuatorianas para la importación y exportación de bienes en el entorno actual y futuro del Comercio Internacional. Caso: Transporte Marítimo*. [En línea]. Consultado (15 de octubre). Disponible en: [http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/419/1/T-UIDE-0398.pdf](#)
15. **GARCIA MEJIA** José Andrés (2015): la exportación de productos cárnicos y su impacto en la apertura de nuevos mercados de la empresa agrícola el naranjo gourmet del cantón San Vicente, trabajo de titulación de la universidad San Gregorio de Portoviejo.

16. **GARCÍA MUÑOS** Jazmín Elizabeth, **ESPINOZA ALCIVAR** Katherine Estefanía (2015): la comercialización interna- externa del atún procesado pesca manabita de la entidad consorcio manabita, trabajo de titulación de la universidad San Gregorio de Portoviejo.
17. **GARCIA MERA** Lizardo Enrique, **GUADAMUD GOMEZ** Yamil Rigoberto (2011). ruptura de las relaciones económicas internacionales del ecuador con Colombia y su incidencia en las exportaciones de cebolla perla en el canto Rocafuerte. Tesis de la universidad San Gregorio de Portoviejo
18. **GARCHES RAMIREZ** Carlos Diván. (2010). *modelo de entregas directas para la reducción de costos logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. aplicación en una empresa piloto de caldas*. [En línea] consultado: (14 octubre 2015) disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1859/2/carlosduvangarcesramirez20101.pdf>
19. **GARAY Jesus** (2008) Filosofía del mercado, el mercado como forma de comunicación (página 20). disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=ePq4Z2cNuc8C&printsec=frontcover&dq=mercado+es&hl=es-419&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIhse37pz3yAIVBBgeCh0poQ16#v=onepage&q=mercado%20es&f=false>
20. **JARRÍN ESTÉVEZ** Elizabeth Consuelo (2014) *creación de una compañía de asesoría y gestión en logística internacional conjuntamente con el manejo del sistema ecuapass y ventanilla única ecuatoriana en la ciudad de Quito*. [En línea]. Consultado (15 de octubre). Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/7494/1/T-ESPE-HC-002359.pdf>

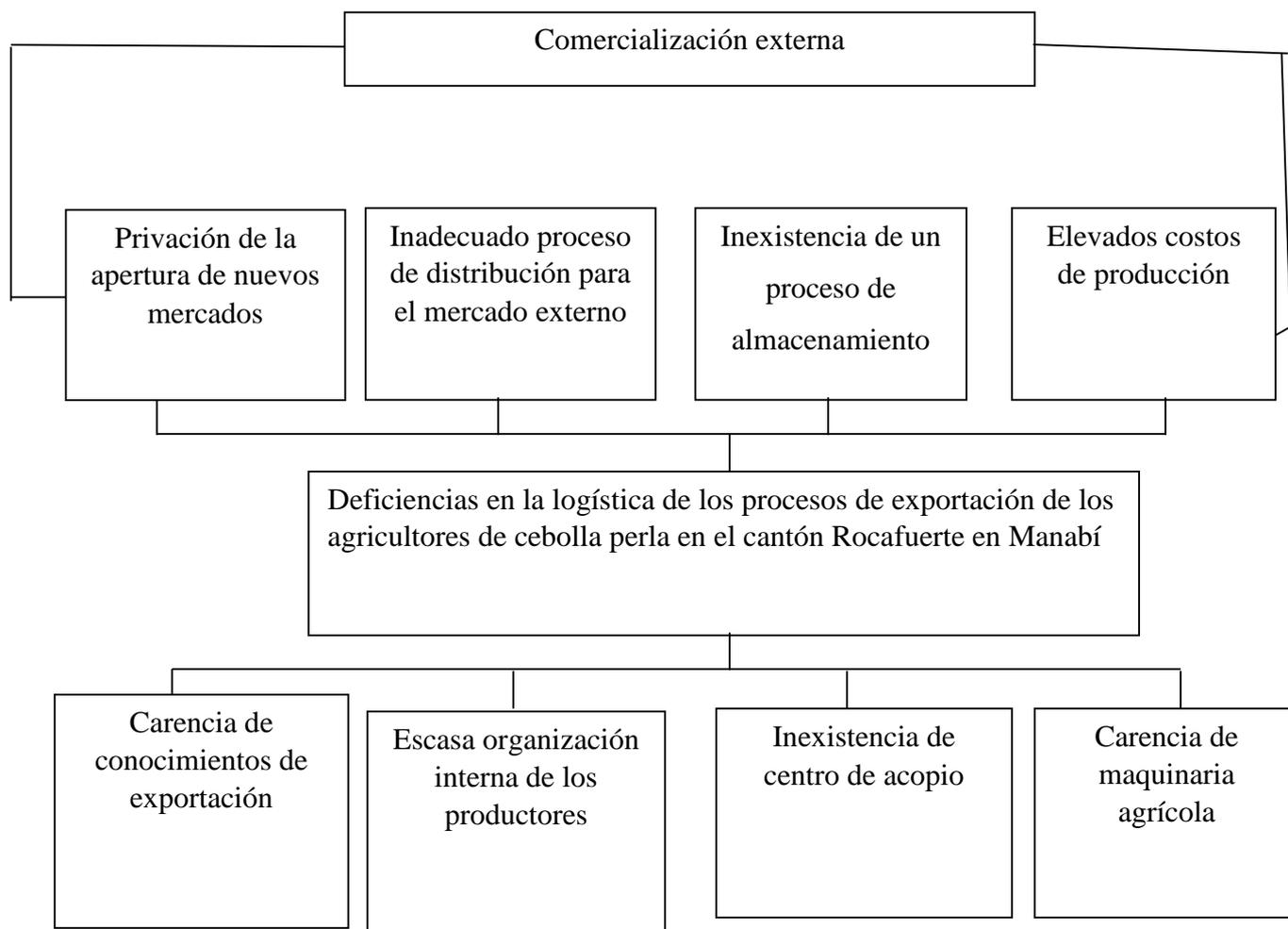
21. **KRIESBERG** Martin (1974) mejoramiento de los sistemas de comercialización en los países en desarrollo (página 23). Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=ZLxUCU9tXEgC&pg=PA16&dq=comercializacion+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0CCgQ6AEwAWoVChMI-vj8kaL3yAIVhiYeCh3GwAUH#v=onepage&q=comercializacion%20&f=true>
22. **LOEZA AGUIRRE** Erika, **CARPIO PEREZ** angélica Estefanía, **GALLEGOS PERALTA** Berenice y **PENALOZA JIMENEZ** Ricardo. (2010). Canadá como mercado viable para la exportación de café. Instituto politécnico nacional (IPN), de México.
23. **MACIAS** Leslie Catherine, **NICOLA VIJAMA** Yitzha Joel (2014). Análisis logístico del comercio internacional del aguacate. Tesis. Escuela superior politécnica del litoral de Ecuador.
24. **MONTERROSO** Elda (2000) El proceso logístico y la gestión de la cadena de abastecimiento. (página 3). disponible en: <http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/logistica.pdf>
25. **NAVARRA GARCIA** Antonio, **DIAZ CASTRO** Enrique. (2010) naturaleza de la distribución, (página 6) disponible en: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448140745.pdf>
26. **PEREZ PARRA** Fabiana, **RODRIGUEZ CARRENO** María. (2011). *propuesta del sistema logístico de distribución para las regionales centro, Santander y eje cafetero de una empresa de consumo masivo*. [En línea]. Consultado: (14 de octubre 2015). Disponible en: https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67799/1/propuesta_sistema_logistico.pdf

27. **REINA USUGA** Martha Liliana. (2013). *Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro, Meta y Viotá, Cundinamarca*. [En línea]. Consultado. (14 de octubre 2015). Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/11408/1/790850.2013.pdf>
28. **REYES** Agustín portal de gerencia (pagina 212) disponible en: [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Organizacion/\[PD\]%20Documentos%20-%20Organizacion.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Organizacion/[PD]%20Documentos%20-%20Organizacion.pdf)
29. **TASSAROLI** Antonella. (2013). *internacionalización de una pyme*. [En línea]. Consultado: (14 de octubre 2015). Disponible en: <http://bdigital.uncu.edu.ar/5621>
30. **TORRES** Hugo (1971). Estructura de la comercialización agropecuaria de los países de la zona andina y chile (página 16) [En línea]. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6171/1/Políticas%20publicas%20territorios%20y%20localidades.pdf>
31. **TORRES** Hugo (2000). Desarrollo local en el Ecuador (página 16) disponible en: <http://www.eafit.edu.co/social/proyectos/PublishingImages/Filosof%C3%A Da%20de%20la%20gesti%C3%B3n%20log%C3%ADstica.pdf>
32. **WYNGAARD** Guillermo Modulo 5 industrias, disponible en: <https://www.fing.edu.uy/sites/default/files/2011/3161/M%C3%B3dulo%205%20-%20Costos.pdf>
33. http://www.proveedoresuristicos.com.mx/Publireportaje_La_Cebolla_y_su_valor_nutritivo_195.html. (Recuperado 19 de noviembre del 2015)

ANEXOS

Anexo # 1

ÁRBOL DE PROBLEMA



Anexo # 2



La presente entrevista está orientada a investigar sobre el impacto de un correcto manejo de los recursos logísticos dentro de la comercialización de cebolla perla para la asociación de productores de cebolla perla del cantón Portoviejo

1. ¿Conoce usted los trámites y requerimientos de exportación de la cebolla?

Si

No

2. ¿Qué rango de organización interna cree usted tiene la asociación?

Mala

Regular

Buena

Excelente

3. ¿Cuentan con un centro de acopio?

Si

No

4. ¿Cree usted que las maquinarias agrícolas mejoran los procesos productivos y logísticos?

Si

No

5. ¿Cree usted convenientes tener nuevo mercado para ofertar la cebolla?

Si

No

6. ¿Qué rango de conocimiento tiene usted sobre el mercado externo al que exporta?

Poco

Algo

Mucho

7. ¿En que rango de sanidad considera que esta su producto?

Poco sano

sano

Muy sano

8. ¿Tiene usted un control detallado de los costos?

Si

No

Anexo # 3



Anexo # 4



Anexo # 5



Anexo # 6



Anexo # 7

 Ministerio de Industrias y Productividad		DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN						
1. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESA								
1.1. R.U.C.								
1.2 Nombre Contacto								
1.3 Dirección planta de producción (incluir ciudad y teléfono; según corresponda, ver instructivo de llenado)								
1.4 Correo electrónico de notificación								
2. PRODUCTO (Tramitar un formulario por cada Producto)								
2.1 Nombre comercial:								
2.2 Nombre Técnico:								
2.3 Unidad Comercial:								
2.4 Subpartida arancelaria								
3. UTILIZACIÓN INSTRUMENTOS DE COMPETITIVIDAD ADUANERA								
Zona Especial de Desarrollo				Zona Franca		Ninguna:		
4. (*) MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL DE LAS PARTES NO SIGNATARIAS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL.								
Nº	Descripción Nombre Técnico	Subpartida (10 dígitos)	País Origen	País Procedencia	Unidad de Medida	Cantidad	Valor CIF \$ Por Unidad Comercial del Producto (casilla 2.3)	Valor Planta
4.11 Valor Total por Unidad de Producto (US \$)								
5. (*) MATERIALES NACIONALES O DE LAS PARTES SIGNATARIOS DEL ACUERDO O ESQUEMA COMERCIAL, PARA EFECTOS DE ACUMULACIÓN, SEGÚN CORRESPONDA								
Nº	Descripción Nombre Técnico	Subpartida (10 dígitos)	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Planta \$ Por Unidad Comercial de Producto (2.3)			
5.11 Valor total por unidad de producto (US \$):								

Anexo # 8



Anexo # 9



Anexo # 10



Anexo # 11



Anexo # 12



Anexo # 13



Anexo # 14



Anexo # 15



Anexo # 16



Anexo # 17



Anexo # 18



Anexo # 19



Anexo # 20



Anexo # 21



Anexo # 22

AGROCALIDAD PORTOVIEJO
AV. Ramos, Edificio 8º y
Segunda y Tercera Transversal - Telf: 2033618
Portoviejo - Manabí
www.agrocalidad.gob.ec

AGROCALIDAD
AGENCIA ECUATORIANA
DE ASESORAMIENTO
DE LA CALIDAD DEL AGRO

REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUICULTURA Y PESCA
AGENCIA ECUATORIANA DE ASESORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD

000336 FECHA DE EMISION 6-11-15

En la Oficina de AGROCALIDAD de Portoviejo otorga la presente Guía de Movilización al Señor(a) Roberto Morán con C/RUC No. 130310816-5 del vivero/empresa para el material vegetal que se describe a continuación.

A. DESCRIPCIÓN DEL MATERIAL VEGETAL

Nº	PRODUCTO / MADERA	NOMBRE CIENTIFICO	UNIDAD	CANTIDAD
1	cañalito topo	OLLIVIERACEA	49	400
2				
3				
4				
5				

(En caso de requerir más espacio se adjunta una hoja)

B. OBJETIVO DEL MATERIAL VEGETAL
Siembra Comercialización Embalaje Tránsito Otro Cual?

C. ORIGEN DEL MATERIAL VEGETAL
El material vegetal será movilizado desde la Provincia: El Oro Cantón: Provincia Parroquia: Provincia Sitio: Las Mariposas

D. DESTINO DEL MATERIAL VEGETAL
Hasta la Provincia: El Oro Cantón: El Oro Parroquia: El Oro Sitio: San Pedro

E. TIPO DE TRATAMIENTO A EMBALAJES DE MADERA
Nombre de empresa exportadora
Tratamiento Térmico (HT)

F. MATERIAL VEGETAL EN TRANSITO
País de origen País de procedencia País de destino
Punto de control de ingreso: Punto de control de salida

G. MEDIO DE TRANSPORTE
Marca del Vehículo: Chilap Nº de Placa: 784H-005
Nombre del Conductor: Hernán Gual Con cedula Nº: 180226960-1
Número del Precinto:

ESTA GUIA ES VALIDA POR EL TIEMPO DE (horas) 12 AGROCALIDAD PORTOVIEJO
HASTA LAS 03DM DEL DÍA 7/11/15 DE LAS 15PM DEL DÍA 6-11-15

H. OBSERVACIONES

Técnico responsable de AGROCALIDAD: CESPEL Nombre y Firma
Coordinador Provincial AGROCALIDAD: [Firma] Nombre, Firma y Sello

Anexo # 23

