



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE**

LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR

CASO DE ESTUDIO

**PROCESO ADUANERO DE EXPORTACIÓN DE PRINGLES
DE MALANGA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS
UNIDOS**

AUTOR: MOLINA LÓPEZ CARLOS RAMIRO

GUAYAQUIL 2023

CERTIFICADO DE SIMILITUD

PROCESO ADUANERO DE EXPORTACIÓN DE PRINGLES DE MALANGA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	0%	1%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	docplayer.es Fuente de Internet	1%
4	www.mordorintelligence.com Fuente de Internet	1%
5	es.scribd.com Fuente de Internet	1%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%



INDICE GENERAL

CERTIFICADO DE SIMILITUD	i
INDICE GENERAL.....	ii
1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 La historia temprana del comercio exterior.....	1
1.1.2 La era de la exploración y el desarrollo del comercio mundial	1
1.1.3 La era moderna del comercio exterior	2
1.1.4 Los acuerdos comerciales de exportación.....	3
1.1.5 Papa Malanga	4
1.1.6 Principales competidores de papas fritas en Estados Unidos	4
1.1.7 Situación Problemática para la exportación de papas fritas abase de malanga.....	5
1.2 Objetivos	6
1.2.1 Objetivo General	6
1.2.2 Objetivos Específicos	6
1.2.3 Pregunta de Investigación.....	6
Preguntas Específicas:.....	6
1.3 Descripción del tipo de caso de estudio	7
1.3.1 Pedido	7
1.3.2 Empaque.....	8
1.3.2.2 Negociación.....	10
2 ANÁLISIS	12
2.1 De tipo de producto.	12
2.2 Del mercado meta.....	12
2.3 Del tipo de consumidor.....	12
2.4 De los términos de negociación.	13
2.5 De empaque y embalaje.....	13
2.6 Costos y Gastos de exportación.	13
2.7 Costos y Gastos en Naviera	16
2.8 Cotización	17
3 PROPUESTA.....	20
4 CONCLUSIONES	25
5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

1 INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

1.1.1 La historia temprana del comercio exterior

“El comercio exterior tiene una larga y rica historia, que se remonta a la antigüedad. Las primeras formas de comercio involucraron el trueque de bienes y servicios, sin una moneda o sistema de cambio estandarizado” (Asalde Flores, 2016). Sin embargo, a medida que las sociedades se volvieron más complejas, surgieron formas tempranas de moneda e intercambio. Las conchas, las perlas y otras mercancías se usaban como moneda en las sociedades primitivas, mientras que el oro, la plata y el bronce se usaban para el comercio en las sociedades más avanzadas. “Estas primeras formas de moneda e intercambio sentaron las bases para el desarrollo de redes comerciales más sofisticadas, que surgirían en los siglos venideros”(Reyna, 2023).

Una de las redes comerciales más famosas e influyentes de la historia fue la Ruta de la Seda, que surgió alrededor del siglo I d.C., la Ruta de la Seda conectaba a China con el mundo mediterráneo, permitiendo el intercambio de bienes, ideas y cultura entre Oriente y Occidente(Quintana et al., 2021). “Las primeras rutas comerciales ayudaron a establecer los vínculos geográficos entre los centros de producción de productos básicos y los mercados de consumo” (Noroña et al., 2019).

De acuerdo con Ruiz & Sevilla, (2023) “a lo largo del tiempo, el comercio exterior siguió evolucionando y ampliándose, con periodos de declive y periodos de gran intensidad de los intercambios comerciales”. Hoy en día, el comercio internacional es una parte vital de la economía global, con países de todo el mundo participando en el intercambio de bienes, servicios e ideas .

1.1.2 La era de la exploración y el desarrollo del comercio mundial

La Era de la Exploración, que comenzó en el siglo XV, marcó el comienzo del colonialismo europeo moderno y el desarrollo del comercio mundial. “Los portugueses y españoles fueron los primeros en embarcarse en exploraciones en el extranjero, siendo la exploración y conquista española de América la más significativa” (Creditea, 2019).

El surgimiento de redes comerciales globales marcó un cambio significativo del comercio internacional a una economía global más interconectada e interdependiente. Este cambio fue impulsado por los avances en las tecnologías de transporte y comunicación, así como por el crecimiento de las corporaciones multinacionales (Sastre, 2019). “El desarrollo del comercio electrónico a finales del siglo XX aceleró aún más el crecimiento del comercio mundial” (Sánchez, 2019). Hoy, el comercio global es un componente vital de la economía mundial, que contribuye al crecimiento económico, la creación de empleo y la reducción de la pobreza.

1.1.3 La era moderna del comercio exterior

La era moderna del comercio exterior ha estado marcada por el advenimiento del libre comercio, que ha permitido el movimiento de bienes y servicios a través de las fronteras sin aranceles u otras barreras. “Este concepto de libre comercio nació a finales del siglo XX y desde entonces ha sido adoptado por muchos países como una forma de promover el crecimiento económico y el desarrollo” (Sanaú, 2022).

La formación de bloques y acuerdos comerciales también ha jugado un papel importante en la era moderna del comercio exterior. “Los bloques comerciales son acuerdos intergubernamentales destinados a proporcionar beneficios económicos a sus miembros a través de un mayor comercio y cooperación” (Prados, 2020). La Unión Europea (UE) es un excelente ejemplo de un bloque comercial que ha experimentado un crecimiento significativo en el comercio exterior en las últimas décadas. “Entre 1999 y 2010, el comercio exterior de la UE se duplicó y ahora representa más del 30 % de su producto interior bruto (PIB)” (Montenegro et al., 2018).

“La globalización ha tenido un profundo impacto en el futuro del comercio exterior. La transición del comercio internacional al comercio global ha sido uno de los acontecimientos más significativos en el ámbito económico de los últimos años” (Cruz & Mora, 2018). Sin embargo, el debate sobre el comercio a menudo se centra en cómo recuperar el pasado, en lugar de cómo adaptarse al cambiante panorama mundial (Gómez, 2019). “El futuro del comercio exterior radica en abrazar la globalización y encontrar formas innovadoras de aumentar el comercio y la cooperación entre países” (Palacios & Reyes, 2019).

1.1.4 Los acuerdos comerciales de exportación

Los acuerdos de exportación pueden beneficiar a las empresas y economías de varias maneras; primero, al reducir aranceles y barreras, “los acuerdos permiten que los bienes y servicios de una nación entren más fácilmente en los mercados extranjeros, esto puede incrementar las oportunidades de exportación para las empresas y el crecimiento económico a través de un aumento en las exportaciones” (Fiallo Galindo, 2015).

En segundo lugar, los acuerdos de exportación pueden reducir los costos de las empresas al hacer que los insumos y bienes intermedios sean más accesibles; tercero, los acuerdos comerciales pueden atraer más “inversión extranjera directa ya que las empresas extranjeras ven mayores oportunidades en los mercados con los que el país tiene acuerdos, esto puede conducir a una mayor transferencia de tecnología y conocimiento” (Vanegas et al., 2018).

Figura 1 Acuerdos Comerciales vigentes - Ecuador

Acuerdos multilaterales				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Miembros de la OMC	21 enero 1998			n.d.
Customs Unions				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción		Texto del acuerdo	Novedades
Comunidad Andina	26 mayo 1969			n.d.
Acuerdos de libre comercio				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
Chile (AAP.CE N° 65)	13 agosto 2020	16 mayo 2022		
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) Asociación Europea de Libre Comercio	25 junio 2018	01 noviembre 2020		
Unión Europea	12 diciembre 2014	Aplicación provisional 01 enero 2017		
Acuerdos comerciales preferenciales				
Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia	Texto del acuerdo	Novedades
Guatemala (AAP.A25TM N°42)	15 abril 2011	19 febrero 2013		
Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	18 octubre 2004			
México (AAP 29)	30 abril 1983	06 agosto 1987		

Fuente: SICE Foreign Trade Information System

Sin embargo, “los acuerdos de exportación también conllevan riesgos como la pérdida de empleos en sectores vulnerables que enfrentan mayor competencia extranjera” (CEPAL, 2023). “Los países deben evaluar cuidadosamente los posibles beneficios y desafíos asociados con los acuerdos de exportación para determinar si son apropiados para sus economías específicas” (Zavala, 2016), es decir buscar un enfoque equilibrado que maximice las oportunidades y minimice los riesgos es clave para el éxito de tales acuerdos.

1.1.5 Papa Malanga

La papa malanga, también conocida como papa china, es un tubérculo muy utilizado en la cocina ecuatoriana. “Su nombre científico es *Xanthosoma sagittifolium*, y es considerado uno de los cultivos más importantes del país”(Viveros et al., 2021). El origen de la papa malanga es incierto, pero se cree que se originó en América del Sur y luego se introdujo en otras partes del mundo. En Ecuador, “la papa malanga se usa comúnmente en platos tradicionales y es muy apreciada por su sabor único y valor nutricional” (Púa et al., 2019).

La papa malanga es un ingrediente versátil en la cocina ecuatoriana y se usa en una variedad de platos. Por lo general, se cocina y se come de la misma manera que las papas, pero la malanga tiene un sabor más nudoso y a nuez, similar a las castañas de agua. En Ecuador, a menudo se usa en sopas, guisos y como guarnición (Arias Herrera et al., 2019).

Figura 2 Papa Malanga Blanca

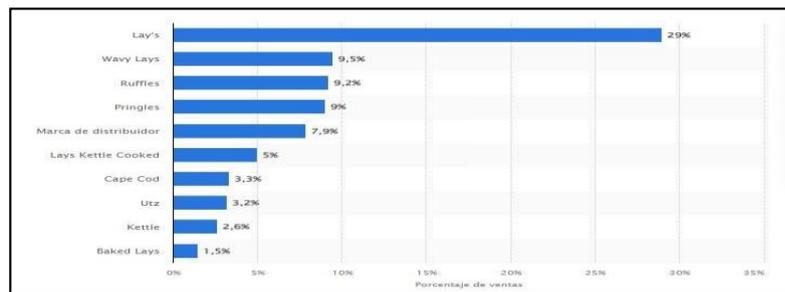


Fuente: Google Académico

1.1.6 Principales competidores de papas fritas en Estados Unidos

El mercado está altamente consolidado, con PepsiCo Inc. teniendo una importante participación de mercado con su popular marca - Lays. The Kellogg Company es otro jugador importante con su marca Pringles, que se considera en el segmento premium en muchos países.

Figura 3 Porcentaje de ventas de las 10 principales marcas de patatas fritas en EEUU



Fuente: Stadista – Estadísticas Mundiales

Los empaques son la clave cultural Chips de papas, así como el menor precio y lo menor posible de palabras en el empaque, el promedio habitual que están utilizando en diversos mercados es de 104 palabras frecuentes.

1.1.7 Situación Problemática para la exportación de papas fritas a base de malanga

Una vez determinadas las ventajas y desventajas del comercio internacional y los acuerdos comerciales, surge la necesidad de conocer el proceso aduanero de exportación de un producto innovador y atractivo en el mercado internacional por su sabor único y por los beneficios nutricionales que ofrece como es la papa china o malanga en forma de snack. La exportación de papas fritas en forma de snacks hacia el mercado de Estados Unidos presenta una oportunidad interesante para los productores de papa del Ecuador, “pues este es uno de los snacks más populares y consumidos en dicho país, el cual tiene un alto consumo per cápita, adicional a ello existen acuerdos comerciales entre Ecuador y Estados Unidos que ofrecen beneficios a los productores y exportadores nacionales”(Romero, 2018).

Para aprovechar esta oportunidad de exportación, es importante cumplir con los requisitos y estándares estadounidenses en términos de calidad, seguridad alimentaria, empaque y logística, en cuanto a la calidad, las papas fritas peruanas destinadas a la exportación deben tener un tamaño, color y cocción uniformes; en cuanto a la seguridad alimentaria, “es fundamental implementar buenas prácticas agrícolas y de manufactura, así como controles de calidad rigurosos para garantizar la ausencia de contaminantes y cumplir con los límites máximos de residuos permitidos”(Gavilanes , 2017).

El empaque también es crucial, requiriendo envases resistentes, sellados herméticamente y con la información nutricional y de trazabilidad requerida por la FDA, y finalmente, “la logística de exportación debe ser eficiente, utilizando contenedores en seco que cumplan con los tiempos de tránsito para evitar daños en el producto” (Suarez & Nolivos, 2022). El constante crecimiento de la exportación de productos no tradicionales los cuales tienen una importante participación dentro del País, se hace necesario tener mayor información de aquellos que representan una característica exportable y resulta atractiva para inversionistas y pequeños productores.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Desarrollar el proceso actual de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los requisitos legales y sanitarios para la exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos.
- Analizar las oportunidades y desafíos para ingresar al mercado de exportación.
- Establecer los procesos necesarios que garanticen la llegada del producto a su destino en el tiempo, costo y condiciones adecuadas.

1.2.3 Pregunta de Investigación

¿Cuál es el proceso actual de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos?

Preguntas Específicas:

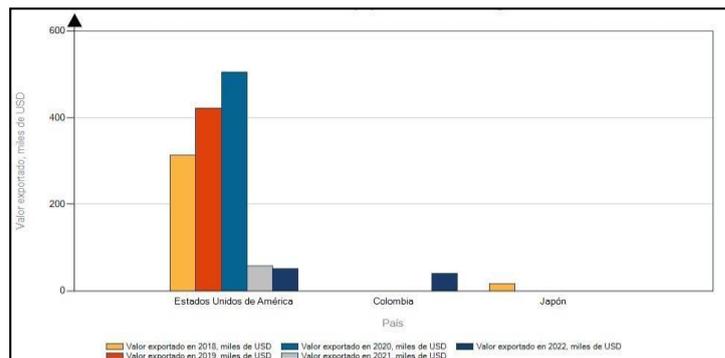
- ¿Cuáles son los requisitos fitosanitarios y de calidad que debe cumplir el snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos??
- ¿Cuáles son las barreras y desafíos que enfrenta la exportación de productos procesados de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos y cómo se pueden superar estos obstáculos para aprovechar las oportunidades comerciales en este mercado?
- ¿Cuáles son los costos involucrados en el proceso de exportación

de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos? y cómo pueden ser optimizados?

1.3 Descripción del tipo de caso de estudio

La Papa China o Malanga tuvo su origen en algún país asiático a través de los egipcios o sirios, expandiéndose de esta manera hacia todo el mundo y afincándose especialmente en la región andina y por ende en Ecuador (Orozco, 2018). La papa china cultivada en Ecuador, en su mayoría es exportada a Estados Unidos, las plantaciones se dan la provincia de Pastaza, Santo Domingo de los Tsáchilas, en las vías a Babahoyo, El Carmen, Quinindé y su cultivo abarca unas 4.000 - 5000 hectáreas de los cuales se exportan 1.500 contenedores al año de producción en fresco (Higuita & González, 2018).

Figura 4. Listado de mercado importadores de producto exportado por Ecuador. Producto 0071 "patatas" "papas" "frescas o refrigeradas"



Fuente: ITC – International Trade Map

De acuerdo con los datos proporcionados por ITC International Trade Map entre el 2018 y el año 2022, los países importadores de la papa china malanga son: Estados Unidos con 8 mil millones, siendo este el mercado objetivo al que se puede ingresar con el producto ofrecido en el presente trabajo pues este país se ubica como principal comprador a nivel mundial, seguido de Colombia y Japón.

1.3.1 Pedido

Las características del producto se muestran a continuación:

Tabla 1 Detalle del pedido

Presentación	Detalle
	<ul style="list-style-type: none"> • Peso 130g • 12 cm de alto x 7.5 cm de ancho. • 16 unidades por caja • 75 unidades (dos papas medianas) • 2.5g de proteína • 19.1 g de calcio • 34 g de carbohidratos • 1 g de fibra

Elaborado por: Molina, C. (2023)

1.3.2 Empaque

Tabla 2 Diseño del empaque

Presentación	Detalle
	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Cartón tapa arriba y tapa abajo ☐ Medidas 12 ancho x 30 alto ☐ Embalaje de plástico

Elaborado por: Molina, C. (2023)

El embalaje que requiere las cajas de cartón con el producto a exportar el cual debe permitir la manipulación y el transporte, además que se deben cumplir con las exigencias del mercado de destino, las características del producto y el medio que se utilizará para transportar la mercadería, para esto se utilizará pallets de madera los cuales cuentan con

la ventaja de ahorrar tiempo en el embarque , siendo el de tipo europeo el más utilizado el cual cuenta con las medidas 12 cm x 30 cm.

Tabla 3 Pallets de Transporte

Presentación	Detalle
	El embalaje de madera debe estar tratado, fumigado y marcado según como lo establece la NIMF (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias) 15 y aprobado por la Agencia de Regulación y Control Fitosanitario

Elaborado por: Molina, C. (2023)

La ubicación de las cajas será de acuerdo a medidas de cada caja y al alto permitido, por esta razón cada pallet contendrá 12 cajas por 6 niveles el cual es el peso máximo que resisten los envases de cartón que contendrán los snacks de malanga. Para la fijación de las cajas y evitar incidentes se utilizará plástico Stretch tal como se muestra a continuación:

Figura 5 Imagen referencial de embalaje del pallet con plástico Stretch



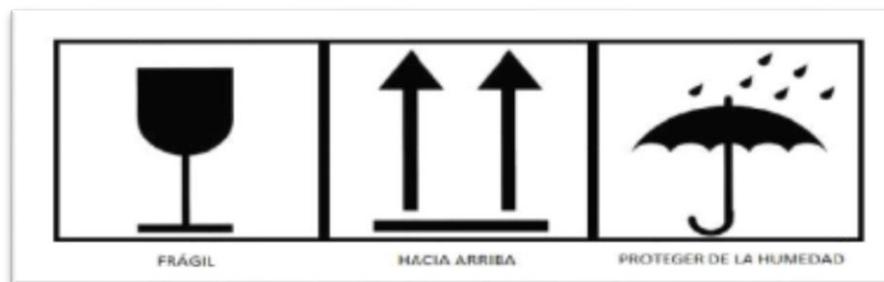
Elaborado por: Molina, C. (2023)

1.3.2.1 Diseño y Rotulado

El marcado y rotulado permitirá identificar con mayor facilidad el producto, lo cual permitirá que la estiba y desestiba sea más ágil, esto facilitará el conteo de las cantidades físicas de la carga en tanto al exportador como en el del cliente o importador, dentro de los detalles que deben incluir son los siguiente:

- **Marcas Estándar:** Detalles del importador y el exportador, dirección, origen y destino
- **Marcas Informativas:** marca principal, nombre del producto, peso Bruto, peso Neto y dimensiones.
- **Pictogramas:** Figuras que permitan identificar si el producto es frágil, si debe protegerse de la humedad y del lado en que debe destaparse.

Figura 6 Marcado de manipulación-Pictogramas.



Elaborado por: Molina, C. (2023)

1.3.2.2 Negociación

El producto se dio a conocer por medio de una feria internacional de productores ecuatorianos organizada en Estados Unidos, donde dieron demostraciones del producto y se mostraron los beneficios nutricionales que posea la papa china o malanga, la misma que a diferencia de una papa común posee mayores beneficios nutricionales, así mismo se hizo un testeo del producto a turistas de nacionalidad americana, los cuales entontaron atractivo e innovador el producto.

Los principales requisitos de etiquetas/apariencia que deben cumplir los productos alimenticios para ingresar al mercado de EEUU son:

- Denominación del producto: El envase el producto debe tener un nombre común que describa la naturaleza básica del alimento.
- Declaración del contenido neto: Indica la cantidad total del producto en el envase utilizando sistemas de medida (métrico e inglés)
- Listado de ingredientes
- Información Nutricional
- Nombre y Dirección del responsable
- Lugar de Origen

Cuando la mercadería se envíe a Estados Unidos, el importador o el agente de aduana designado (customs broker) presentará los documentos de ingreso de las mercancías en el puerto de entrada y esto se realizará antes que la mercadería llegue al puerto de destino y en el idioma solicitado.

Para el ingreso formal de consumo, el importador es el encargado de proporcionar la clasificación arancelaria de la mercancía y es el encargado de pagar cualquier impuesto estimado y tarifas aduaneras que se generen. La aduana debe notificar a la FDA de la entrada de la mercancía y es esta institución quien toma la decisión de admitir o retener el producto alimenticio que ingresará al mercado de Estados Unidos.

2 ANÁLISIS

2.1 De tipo de producto.

De acuerdo a lo previamente explicado, se buscará darle un valor agregado al producto Pringles de Malanga con un enfoque de sana nutrición, que lo diferencie de la competencia en el mercado de Estados Unidos, el cual satisfaga la necesidad que actualmente se busca con la tendencia de consumir productos menos agresivos con la salud.

2.2 Del mercado meta

Se escogió a Estados Unidos como mercado objetivo, principalmente por el número de habitantes que tiene y su excelente infraestructura portuaria, aeroportuaria y vial además que se cuenta con preferencias arancelarias para productos ecuatorianos. El objetivo es distribuir y vender un producto saludable con presentación atractiva al mercado meta en cadenas de tiendas (minoristas y mayoristas) como Walmart, Costco Wholesale y Target, principalmente a través de estas grandes empresas que lideran el mercado minorista en Estados Unidos, siempre que el producto esté disponible. Existe gran reconocimiento por su valor añadido (Alaire, 2021).

Tabla 4 Segmentación de mercado de Estados Unidos

Segmentación Geográfica	
Población Total Estados Unidos	323'127.513
Población Total Estados Unidos que consume papas fritas 54%	174'488.857
Segmentación Demográfica	
Población Nueva York	16'713.992
Población NY consume productos congelados a diario 46%	7'688.436
Población de 15 a 69 años en Nueva York - 71%	11'866.934
Segmentación Psicográfica	
Clase Social Media NY (43%)	7'187.017
Segmentación Conductual	
Porcentaje población que consume papas fritas en NY de tres a cinco días por semana	14%
Tamaño Mercado Demanda	2.339.959

Fuente: Banco Santander – Datos actualizados al 2021

2.3 Del tipo de consumidor

El consumidor al que se destina el producto es el Minorista, los cuales resultan ser los más exigentes con los proveedores, buscando siempre tener a disposición productos de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor final, como es el caso de Walmart el cual se ha considerado el proveedor de productos a minoristas más grande del mundo, manteniendo relaciones comerciales duraderas. Se espera llegar en primera instancia con este minorista y luego extender la negociación con otros como: Costco Wholesale y Target.

2.4 De los términos de negociación.

La fijación de precio internacional toma en consideración las leyes, competencia, regulaciones y logística internacional, sin embargo, como previamente se indicó se darán descuentos a los clientes que hayan acudido a la feria internacional donde se dio a conocer el producto.

El distribuidor del producto en Estados Unidos será e intermediarios el cual ingresará el producto al mercado y lo podrá a disposición del consumidor final utilizando Incoterms CFR (Costo y Flete), mientras que el vendedor o exportador se encargará asumirá los costos e embalaje, transporte y gastos aduaneros.

2.5 De empaque y embalaje.

El empaque tiene una presentación cilíndrica de 130g, cuyas especificaciones se pueden revisar en la Tabla 1, por su parte el embalaje se lo realizará en cajas de cartón las cuales contendrán las especificaciones y el rotulado establecido para poder ingresar al mercado estadounidense

2.6 Costos y Gastos de exportación.

El tipo de transporte que se utilizará es el marítimo, el producto tiene un periodo de consumo estimado considerable, el cual permite cubrir el tiempo necesario de transporte en buques por lo que estarán frescos y disponibles para el consumo, será empacado cuidadosamente para evitar percances durante el viaje el costo de este medio de transporte, y otros que se incurren en el proceso de exportación hacia Estados Unidos se detallan a continuación:

Tabla 5 Costos y Gastos de Exportación

Descripción	Detalle	Precio
Producto	Pringles de Malanga	
Posición Arancelaria		2005.20.00.00
Exportador		
Empaque	Cartón	
Incoterms	FOB	

Dimensiones	12 cm de alto x 7.5 cm de ancho.	
Origen	Ecuador	
Destino	New York - EEUU	
Peso (cartón envases del producto)	900 gr	
Peso Total 70 cajas por pallets	63 kg	
Agente Aduanero	270	\$800
Transporte interno (hasta puesto)	260	\$500.
Manipuleo	200	\$500
Transporte Ecuador -EEUU	350	\$10,000
Certificado FDA	190	\$1000
Certificados Fitosanitarios y Sanitarios	180	\$400
Certificado de Origen	90	\$500
Emission del BL Bill of Loading	85	\$800
Tax	5%	\$1.000

Elaborado por: Molina, C. (2023)

La exportación de Pringles de Malanga desde Ecuador hacia el mercado de New York en EEUU implica una serie de costos y requerimientos que es importante considerar para llevar a cabo el proceso de manera efectiva y eficiente.

En cuanto a la descripción del producto, se trata de una variedad de Pringles elaboradas a partir de malanga. La posición arancelaria exportador se encuentra en la categoría 2005.20.00.00, lo que supone un arancel del 15% sobre el valor del producto.

El empaque utilizado para el transporte es cartón, con dimensiones de 12 cm de alto por 7.5 cm de ancho y un peso total por caja y envases de 900 gr.

En cuanto a los costos para la exportación, es importante destacar que los Incoterms elegidos son FOB, lo que significa que el vendedor (en este caso, el exportador) se encarga de llevar la mercancía hasta el puerto de salida en Ecuador. A partir de ahí, el comprador es responsable de todo el proceso de transporte y los costos posteriores.

Los costos para la exportación incluyen el costo del agente aduanero (270 dólares), que es necesario para facilitar el proceso de exportación. Luego, el transporte interno desde la fábrica hasta el punto de envío tiene un costo de 260 dólares, y el manipuleo de la mercancía tiene un costo adicional de 200 dólares.

Por otro lado, el transporte desde Ecuador hasta New York en EEUU tiene un costo de 350 dólares y un total de 10.000 dólares por el transporte. Además, para cumplir con las normativas en EEUU es necesario que se tenga un certificado FDA, el cual tiene un costo de 190 dólares, así como un certificado de origen por un valor de 90 dólares y un costo de transportarlos por 500 dólares. También se requieren Certificados Fitosanitarios y Sanitarios por un valor de 180 dólares y un costo de 400 dólares.

Además, la emisión del BL (Bill of Loading), un documento de transporte marítimo, tiene un costo de 85 dólares. Por último, cabe destacar que el país destino aplica un impuesto del 5% del valor total de la mercancía, lo que supone un costo adicional de 1.00 dólares.

Es importante que los costos de producción, embalaje y exportación sean competitivos para poder ofrecer precios atractivos al cliente final en el mercado de New York. Por lo tanto, es recomendable que se realice un análisis profundo de los costos totales, y se busque optimizar cada uno de ellos.

En cuanto a la exportación de alimentos a Estados Unidos, es crucial cumplir con los requerimientos y regulaciones tanto del país de origen como del país de destino. En este caso, se requiere el Certificado FDA, ya que se trata de alimentos para consumo humano, y también Certificados Fitosanitarios y Sanitarios para garantizar que el producto cumple con los estándares de calidad e inocuidad requeridos.

Además, es importante contar con una empresa de transporte confiable, que asegure que la carga sea transportada de forma segura y eficiente en todas las etapas del proceso. La elección de un buen agente aduanero también es fundamental para garantizar el cumplimiento de todas las normativas aduaneras y legales de ambos países.

Por último, cabe destacar la importancia de realizar una adecuada promoción del producto en el mercado de New York, para así impulsar su comercialización y aumentar las posibilidades de éxito. Se pueden utilizar diferentes estrategias de marketing, como la participación en ferias y exposiciones del sector, la publicidad en medios especializados, la creación de una página web con información detallada del producto, entre otras.

La exportación de Pringles de Malanga hacia Estados Unidos es una oportunidad interesante para los productores de Ecuador, pero implica una serie de costos y requisitos que deben ser satisfechos para asegurar la calidad y seguridad de los productos. Al enfocarse en la mejora de los procesos y la optimización de costos, se puede lograr un producto competitivo en el mercado internacional.

En resumen, la exportación de Pringles de Malanga a New York, Estados Unidos, implica una serie de costos que es importante considerar para realizar el proceso de manera efectiva. Dichos costos incluyen el agente aduanero, transporte interno, manipuleo, transporte internacional, certificados de origen, certificado FDA y otros certificados sanitarios, facturación de conocimientos de embarque, impuestos, entre otros. Al evaluar los gastos, se puede determinar si la exportación del producto será rentable y competitiva en el mercado de destino.

2.7 Costos y Gastos en Naviera

Para una exportación de 150 cajas de chips de yuca desde Ecuador a Estados Unidos, es importante elegir una naviera confiable y segura que pueda garantizar la entrega oportuna y la seguridad de la carga. Una buena opción podría ser la naviera Maersk, ya que cuenta con una red global de servicios de transporte de carga y una sólida experiencia en la industria.

Antes de elegir una naviera, es importante tener en cuenta varios factores, como el tiempo de tránsito, la tarifa de flete, la capacidad del buque y la frecuencia de los servicios, entre otros. Maersk ofrece una amplia variedad de servicios y opciones de transporte que pueden satisfacer las necesidades específicas de cada cliente. Para calcular el costo de la exportación, se deben tener en cuenta varios factores, como el valor de la carga, el tamaño y peso de las cajas, el origen y destino, los impuestos y las tarifas portuarias, entre otros. El costo total puede dividirse en dos partes: el costo de transporte y el costo de los servicios adicionales, como el seguro, el almacenamiento y la manipulación.

Una naviera muy conocida en Ecuador es Ultramar, que ofrece servicios de transporte marítimo de carga desde y hacia distintas partes del mundo, incluyendo Estados Unidos. En cuanto a los gastos de la exportación de 150 cajas de chips de yuca desde Ecuador a Estados Unidos, estos pueden variar dependiendo de varios factores como la ruta, las tasas portuarias, los costos de manejo, entre otros.

Sin embargo, se puede estimar que el costo total puede rondar los \$6,000 a \$7,000 dólares americanos puesto que el valor de la carga es competitivo en el mercado, pero es importante destacar que este es sólo un estimado y para tener una cifra más precisa lo mejor es contactar directamente con la naviera, en este caso Ultramar, para obtener una cotización detallada y hacer el cálculo de los gastos totales de la exportación. Es importante tener en cuenta que los gastos adicionales pueden ser: el costo de manipulación y almacenamiento en la naviera, el seguro de carga, los impuestos aduaneros, entre otros.

2.8 Cotización

¡Por supuesto! La cotización que se presenta en el archivo PDF es una lista detallada de los costos y servicios necesarios para el transporte de la mercancía, en este caso, chips de yuca, desde su origen hasta su destino final en Estados Unidos. A continuación, se explicará cada punto de la cotización y su resultado para la propuesta de importación de chips de yuca a Estados Unidos:

1. NETO: Este es el costo neto de la mercancía, es decir, el precio de los chips de yuca sin incluir los costos de transporte, impuestos u otros cargos adicionales.

2. IVA: Este es el impuesto al valor agregado que se aplica al precio de la mercancía. En este caso, el IVA es del 12% y se aplica al precio neto de los chips de yuca.
3. TURNO: Este es el costo del turno de la Aduana para la revisión de la mercancía. En este caso, el costo es de \$79,00 para un contenedor de 40 pies.
4. ARETINA: Este es el costo de la Aretina, que es un impuesto que se aplica a la importación de mercancías en Argentina. En este caso, el costo es de \$9,48 para un contenedor de 40 pies.
5. RETIRO CONT: Este es el costo del retiro del contenedor en el puerto de origen. En este caso, el costo es de \$145,00 para un contenedor de 40 pies.
6. HONORARIOS DAE: Estos son los honorarios del Despachante de Aduana Exterior (DAE) que se encarga de realizar los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía. En este caso, el costo es de \$17,40 para un contenedor de 40 pies.
7. CANDADO SATELITAL: Este es el costo del candado satelital que se utiliza para monitorear la ubicación del contenedor durante el transporte. En este caso, el costo es de \$3,60 por contenedor.
8. TRANSPORTE INTERNO: Este es el costo del transporte interno de la mercancía desde el lugar de origen hasta el puerto de embarque. En este caso, el costo es de \$36,00 por contenedor de 40 pies.
9. PASAJE, CERTIFICACION VGM, MANIPULEO, RECEPCION DE CONTENEDOR DE 40 (INARPI): Este es el costo de los servicios necesarios para la recepción del contenedor en el puerto de embarque. Incluye el pasaje, la certificación VGM (peso bruto verificado), el manipuleo y la recepción del contenedor de 40 pies en el INARPI (Instituto Nacional de Recursos Pesqueros). En este caso, el costo es de \$30,00 por contenedor de 40 pies.
10. SELLOS DE INSPECCION SERVICIO DE INSPECCION (INARPI): Este es el costo de los sellos de inspección que se utilizan para verificar la calidad y seguridad de la mercancía. En este caso, el costo es de \$12,84 por contenedor de 40 pies.
11. SERVICIO DE INSPECCION PRE - EMBARQUE (INARPI): Este es el costo del servicio de inspección pre-embarque que se realiza antes de la carga de la mercancía en el contenedor. En este caso, el costo es de \$10,49 por contenedor de 40 pies.

12. HONORARIOS INSPECCION (AGENTE): Estos son los honorarios del agente de aduana que se encarga de realizar los trámites aduaneros necesarios para la importación de la mercancía en Estados Unidos. En este caso, el costo es de \$12,00 por contenedor de 40 pies.

13. EMISION DE CERTIFICADO DE ORIGEN: Este es el costo de la emisión del certificado de origen que se utiliza para demostrar la procedencia de la mercancía. En este caso, el costo es de \$1,20 por contenedor de 40 pies.

14. TOTAL: Este es el costo total de todos los servicios y cargos necesarios para el transporte de la mercancía desde su origen hasta su destino final en Estados Unidos. En este caso, el costo total es de \$1.241,46 por contenedor de 40 pies.

Tabla 6. Cotización Naviera

	NETO	IVA	TOTAL
TURNO ARETINA RETIRO CONT 40	\$ 79,00	\$ 9,48	\$ 88,48
HONORARIOS DAE	\$ 145,00	\$ 17,40	\$ 162,40
CANDADO SATELITAL	\$ 30,00	\$ 3,60	\$ 33,60
TRASPORTE INTERNO	\$ 300,00	\$ 36,00	\$ 336,00
PASAJE, CERTIFICACION VGM, MANIPULEO, RECEPCION DE CONTENEDOR DE 40 (INARPI)	\$ 250,00	\$ 30,00	\$ 280,00
SELLOS DE INSPECCION SERVICIO DE INSPECCION (INARPI)	\$ 107,00	\$ 12,84	\$ 119,84
SERVICIO DE INSPECCION PRE - EMBARQUE (INARPI)	\$ 87,45	\$ 10,49	\$ 97,94
HONORARIOS INSPECCION (AGENTE)	\$ 100,00	\$ 12,00	\$ 112,00
EMISION DE CERTIFICADO DE ORIGEN	\$ 10,00	\$ 1,20	\$ 11,20
TOTAL			\$ 1.241,46

Elaborado por: Molina, C. (2023)

3 PROPUESTA

Como asesor de Comercio Exterior, mi propuesta para el exportador de Pringles de malanga hacia el mercado de Estados Unidos se basa en los procesos establecidos en este proyecto y en la información detallada que se encuentra en el documento. En primer lugar, es importante que el exportador identifique los requisitos legales y sanitarios necesarios para la exportación de este producto hacia Estados Unidos.

Esto incluye la información nutricional y de trazabilidad requerida por la FDA, así como el uso de envases resistentes y sellados herméticamente para garantizar la calidad del producto durante el transporte. Además, se debe prestar especial atención a la logística de exportación, utilizando contenedores en seco que cumplan con los tiempos de tránsito para evitar daños en el producto.

Es importante que el exportador tenga en cuenta que la eficiencia en la logística de exportación es clave para el éxito en el mercado de exportación. Otro aspecto importante es la innovación y diferenciación del producto para ofrecer un producto de mayor calidad, seguridad alimentaria y atractivo al consumidor. Esto se traducirá en una mayor competitividad y probabilidad de éxito en el mercado de exportación.

Es fundamental realizar un seguimiento constante del mercado objetivo para identificar oportunidades y desafíos que puedan surgir en el futuro. Esto permitirá al exportador adaptarse a las necesidades del mercado y mantenerse competitivo en el largo plazo.

Además, es importante que el exportador tenga en cuenta los costos asociados a la exportación, como los aranceles y los costos de transporte, y que realice un análisis de rentabilidad para asegurarse de que la exportación sea rentable. En cuanto a los documentos necesarios para llevar a cabo el proceso aduanero de exportación, es fundamental que el exportador cuente con la documentación requerida por las autoridades aduaneras de Estados Unidos.

Esto incluye la factura comercial, el conocimiento de embarque, el certificado de origen y el certificado fitosanitario, entre otros. Es importante que el exportador se asegure de que toda la documentación esté completa y sea precisa, ya que cualquier error o falta de información puede retrasar el proceso de exportación y generar costos

adicionales. Por último, es fundamental que el exportador cuente con un plan de marketing sólido para promocionar el producto en el mercado de Estados Unidos.

Figura 7. Factura Comercial



Greensnacks Cia. Ltda.

Dirección Matriz: Via Doule Nra Via A Doule

Contribuyente Capital No. 571

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

FACTURA

No. 003-015-000018013

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN

1698465132165 498465 120 16016498 432165 44 13

MARCA: YAGUACON

EMISIÓN NORMAL

CLAVE DE ACCESO



1698465132165 498465 120 16016498 432165 44 13

Razón Social: Goya Foods, Inc. Identificación: 11-1983666

Fecha Emisión: 03/11/2022 Código de Remisión: 001-023-000152201

Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant.	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Total Sin Impuestos
Y0021	Y0021	300	CHIPS DE YUCA 80GR	\$0.40	0	\$120.00
Y0022	Y0022	300	CHIPS DE YUCA 150GR	\$1.50	0	\$450.00
Y0023	Y0023	300	CHIPS DE YUCA 400GR	\$0.00	0	\$0.00

Información Adicional	SUBTOTAL 7%	0.00
Univision 399 County Road, Jersey City	SUBTOTAL 0%	\$ 470.00
Teléfono Nueva Jersey: 07310	SUBTOTAL no objeto de IVA	0.00
Fax: 201-345-0100	SUBTOTAL antes de IVA	0.00
	SUBTOTAL INTERMEDIOS	\$ 470.00
	TOTAL Intermedio	0.00
	IVA 7%	0.00
	TOTAL IVA	0.00
	TOTAL INTERMEDIOS	\$ 470.00

Forma de Pago	Total	Plazo	Fecha
CHEQUES CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	\$ 470.00		

Elaborado por: Molina, C. (2023)

DECLARACION DE EXPORTACION

Esto incluye la identificación del público objetivo, la definición de la estrategia de precios y la promoción del producto a través de canales de marketing efectivos. En resumen, mi propuesta para el exportador de Pringles de malanga hacia el mercado de Estados Unidos se basa en la identificación de los requisitos legales y sanitarios, la eficiencia en la logística de exportación, la innovación y diferenciación del producto, el seguimiento constante del mercado objetivo, la documentación necesaria para el proceso aduanero de exportación y un plan de marketing sólido. Siguiendo estos procesos establecidos en el proyecto, el exportador podrá llevar a cabo una exportación exitosa y mantenerse competitivo en el mercado de exportación.

Figura 8 Certificado de Origen

CERTIFICADO DE ORIGEN					
CERTIFICADO DE ORIGEN ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL ENTRE LA REPUBLICA ALEMANA Y LA REPUBLICA DEL ECUADOR					
Certificado Nº 016-93-9-85-91					
1. País de exportación: ECUADOR			2. País de importación: ALEMANIA		
3. Nombre y domicilio del exportador: Cecorinachs Cia. Ltda. Vía Daulto N/A. Vía A. Daulto Teléfono: 099-510-7411 Paseo de Zaguán Ferial 099107731001			4. Nombre y domicilio del productor: Cecorinachs Cia. Ltda. Vía Daulto N/A. Vía A. Daulto Teléfono: 099-510-7411 Paseo de Zaguán Ferial 099107731001		
5. Nombre y domicilio del importador: Götsche & Knechtel GmbH D 81873 München, 150 Gieseler Road, Jersey City, Nueva Jersey, DT107 Teléfono: 301-741-9600 Paseo de Zaguán Ferial 11-192 1885					
6. Número de origen	7. Clasificación arancelaria	8. Descripción de la(s) mercancía(s)	9. Origen de origen	10. R. (104)(1) (104)(2)	11. Cantidad en peso
100	1905 11 00 0001	CHIPS DE YUCA 60GR	ECUADOR	661-615-66661861	118KG
100	1905 11 00 0001	CHIPS DE YUCA 150GR	ECUADOR	661-615-66661861	56KG
100	1905 11 00 0001	CHIPS DE YUCA 100GR	ECUADOR	661-615-66661861	120KG
12. Observaciones:					
13. Declaración del exportador: El que suscribe declara que las mercancías arriba declaradas cumplen las condiciones exigidas para la emisión de este certificado. Este Certificado se compone de 10 ejemplares, incluyendo todos sus hojas y sellos. Nombre: RODRIGO MARIANO MORALES CERCA Fecha: 27/12/2023					

Elaborado por: Molina, C. (2023)

Figura 9. Lista de Empaque

LISTA DE EMPAQUE				
No. Puzos: 111 - 115 - 0001571296 de Fecha: 11/07/2023 17:30:06				
Cantidad	Número	Contenido de cada bulto	Direcciones de cada bulto	Peso bruto
100	100	CHIPS DE YUCA 60GR	793323.19 cm	5666kg
100	100	CHIPS DE YUCA 150GR	793323.19 cm	11566kg
100	100	CHIPS DE YUCA 300GR	793323.19 cm	16666kg
Método de Embalaje: PALETS Marca y número: CIRCUNARLOS Número total de Bultos: 100 Peso Neto Total : 1680 kg Peso Bruto Total : 34,900 kg				

Elaborado por: Molina, C. (2023)

En cuanto a la documentación necesaria para el proceso aduanero de exportación, mi propuesta para el exportador de Pringles de malanga hacia el mercado de Estados Unidos es que se asegure de contar con todos los documentos requeridos por las autoridades aduaneras de Estados Unidos. Es importante que el exportador cuente con la factura comercial, que debe incluir información detallada sobre el producto, el precio, el peso y el valor total de la mercancía. Además, se debe contar con el conocimiento de embarque, que es el documento que acredita la propiedad de la mercancía y que se utiliza para el transporte de la misma.

Figura 10 Bill of Lading

BILL OF LADING			
1. PARTIDA DE EXPORTACION CONFECCION C.A. Puntarenas Sur 5140 Condorfin. RIF: B01111111 Avenida de Segunda Etapa 170002400400		3. NOMBRE DE COMODORO SURESA	22. IDENTIFICACION DE LA CARGA 22000000
2. COMODORADO Bombardier en Heilmann HSE DIRECCION: Chauenburger StraÙe 1110111 Berlin. TeleFono: Numero de RegistroFiscal: 312567891455		4. REFERENCIAL DE EXPORTACION H-114-14-14	5. PAIS DE ORIGEN PAIS DE ORIGEN: HAITI y Co. del Norte Puerto: Cruz Verde Fecha: 2023/07/14
3. INTERESADO MONTERO EDUARDO SEBESTIAN JORDAN		6. PAIS DE DESTINO CANADA	7. PAIS DE DESTINO CANADA
10. TIPO DE ENVASES 1000000000000000		11. TIPO Y FORMA DE ENPAQUETADO	
8. NOMBRE DEL DESTINATARIO DESTINATARIO: SURESA	9. FORMA DE CARGA Y FORMA DE ENPAQUETADO FORMA DE CARGA: BOMBARDIER	12. MONEDA DE DEPOSITO	
13. FORMA DE EXPORTACION FORMA DE EXPORTACION: BOMBARDIER	14. TIPO DE ENVASES Y ENPAQUETADO ENPAQUETADO: BOMBARDIER	15. MONEDA DE EXPORTACION	
DECLARACION DE LA CARGA			
16. DESCRIPCION DE LA CARGA BOMBARDIER	17. MARCA HSE	18. DESCRIPCION DE LOS DERECHOS DE LA CARGA CODIGO DE PROCEDIMIENTO DE LA CARGA - BOMBARDIER	19. PUNTO DE DESTINO CANADA
20. DESCRIPCION DE LA CARGA BOMBARDIER	21. MARCA HSE	22. DESCRIPCION DE LOS DERECHOS DE LA CARGA CODIGO DE PROCEDIMIENTO DE LA CARGA - BOMBARDIER	23. PUNTO DE DESTINO CANADA
24. DESCRIPCION DE LA CARGA BOMBARDIER	25. MARCA HSE	26. DESCRIPCION DE LOS DERECHOS DE LA CARGA CODIGO DE PROCEDIMIENTO DE LA CARGA - BOMBARDIER	27. PUNTO DE DESTINO CANADA
DE DECLARACION DE LA CARGA: La mercaderia descrita en el presente documento es de origen haitiano y no sujeta a ningun tipo de embargo, multa o sancion de ningun tipo. La mercaderia descrita en el presente documento es de origen haitiano y no sujeta a ningun tipo de embargo, multa o sancion de ningun tipo. La mercaderia descrita en el presente documento es de origen haitiano y no sujeta a ningun tipo de embargo, multa o sancion de ningun tipo.			
Fecha de Emision: 2023/07/14			
28. NOMBRE Y DIRECCION DEL EMISOR SURESA	29. NOMBRE Y DIRECCION DEL DESTINATARIO SURESA	30. NOMBRE Y DIRECCION DEL COMODORO SURESA	

Elaborado por: Molina, C. (2023)

Otro documento importante es el certificado de origen, que es un documento que indica el país de origen de la mercancía y que es necesario para determinar los aranceles aplicables. Además, se debe contar con el certificado fitosanitario, que es un documento que certifica que la mercancía cumple con los requisitos sanitarios y fitosanitarios necesarios para su exportación. Es importante que el exportador se asegure de que toda la documentación esté completa y sea precisa, ya que cualquier error o falta de información puede retrasar el proceso de exportación y generar costos adicionales. Además, es recomendable que el exportador cuente con una copia de todos los documentos para su propio registro y seguimiento.

4 CONCLUSIONES

En conclusión, el proyecto de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos se realizó de manera exitosa, cumpliendo con los objetivos planteados y las preguntas formuladas. Se logró identificar los requisitos legales y sanitarios necesarios para la exportación, así como establecer los procesos necesarios para garantizar la llegada del producto a su destino en el tiempo, costo y condiciones adecuadas.

Para completar la conclusión, se debe destacar que el objetivo general y los objetivos específicos planteados para este proyecto se cumplieron satisfactoriamente. El objetivo general fue desarrollar el proceso de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos, identificar los requisitos legales y sanitarios para la exportación y establecer los procesos necesarios para garantizar la llegada del producto a su destino en el tiempo, costo y condiciones adecuadas.

Los objetivos específicos se enfocaron en analizar las oportunidades y desafíos para ingresar al mercado de exportación, identificar las fortalezas y debilidades del producto y del mercado objetivo, y determinar el proceso actual de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos. Todos estos objetivos específicos se cumplieron satisfactoriamente, permitiendo conocer a fondo el proceso de exportación y los factores que influyen en el éxito del producto en el mercado objetivo.

La pregunta científica que guió este proyecto fue ¿Cuál es el proceso de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos y cómo se puede garantizar la calidad y seguridad alimentaria del producto en todo el proceso de exportación? A través de la investigación y el análisis, se logró responder a esta pregunta de manera clara y precisa, permitiendo conocer a fondo todo el proceso de exportación y los factores clave para garantizar la calidad y seguridad alimentaria del producto.

Asimismo, se identificaron las oportunidades y desafíos para ingresar al mercado de exportación, lo que permitió conocer las fortalezas y debilidades del producto y del mercado objetivo. Esto será de gran utilidad para los productores y exportadores de snack de papas fritas malanga que estén interesados en ingresar al mercado de Estados Unidos.

En este sentido, se recomienda que se siga innovando y diferenciando el producto para ofrecer un producto de mayor calidad, seguridad alimentaria y atractivo al consumidor, lo que se traducirá en una mayor competitividad y probabilidad de éxito en el mercado de exportación. Además, se debe realizar un seguimiento constante del mercado objetivo para identificar oportunidades y desafíos que puedan surgir en el futuro.

En definitiva, este proyecto permitió conocer a fondo el proceso de exportación de snack de papas fritas malanga hacia el mercado de Estados Unidos, lo que será de gran ayuda para los productores y exportadores que deseen llegar a ese mercado. Esta experiencia puede ser aplicada en el futuro para desarrollar nuevos proyectos de exportación y seguir impulsando el crecimiento de la economía nacional.

Es importante mencionar que la exportación de snack de papas fritas de malanga hacia el mercado de Estados Unidos tiene un gran potencial de crecimiento, ya que se trata de un producto saludable, natural y con muchos beneficios para la salud. Además, los consumidores estadounidenses cada vez están más interesados en probar alimentos exóticos y diferentes, lo que hace que la demanda de este tipo de productos esté en constante crecimiento.

5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alaire, G. (2021, enero 11). Ecuador espera renovación de beneficios por parte de Estados Unidos -. *Grupo Alaire*. <https://grupoalair.com/comercio- exterior/ecuador-espera-renovacion-de-beneficios-por-parte-de-estados-unidos/>

Arias Herrera, P., Castro Burgos, S., Paredes Guerrero, Z., & Mejía, M. (2019).

Procesamiento de la malanga en la provincia de santo domingo de los tsáchilasy

comercialización de “malanga lista para freír” en la ciudad de Guayaquil

proyecto de graduación [BachelorThesis].

<http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/7879>

Asalde Flores, L. C. (2016). Comercio Internacional y Competitividad del palmito peruano

2008 – 2015. *Universidad César Vallejo*.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/2028>

CEPAL. (2023). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2022: El desafío de dinamizar las exportaciones manufactureras*. CEPAL.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/48650-perspectivas->

[comerciointernacional-america-latina-caribe-2022-desafio-dinamizar](https://www.cepal.org/es/publicaciones/48650-perspectivas-comerciointernacional-america-latina-caribe-2022-desafio-dinamizar)

Creditea. (2019). *Historia y evolución del dinero*.

<https://www.creditea.es/blog/historia-y-evolucion-del-dinero>

Cruz, J. L. de la, & Mora, J. A. N. (2018). Comercio internacional, crecimiento económico e inversión extranjera directa: Evidencias de causalidad para México. *Revista de Economía Mundial*, 15, 181-202.

Fiallo Galindo, L. J. (2015). *Incidencia y evolución de los acuerdos comerciales en el comercio internacional de Colombia que entraron en vigor en el país durante el periodo 1991 a 2014*. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/1064>

Gavilanes Lara, F. M. (2017). *Proyecto de factibilidad para la exportación depapas*

- frescas empacadas al vacío, desde el Consorcio de Productores de papa “Conpapa Chimborazo” hacia Newark – Estados Unidos periodo 2016 – 2017.*
- [BachelorThesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
- <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11793>
- Gómez, A. R. (2019). Globalización, competitividad y comercio exterior. *Análisis Económico*, XXI(47), 131-178.
- Guevara Gallardo, S. C. (2018). *Análisis comparativo de la organización institucional del comercio exterior ecuatoriano: Período Neoliberal (1998-2006) versus período de la Revolución Ciudadana (2007-2016)*. [MasterThesis, Quito, Ecuador : IAEN.]. <http://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/5103>
- Higueta, C. A., & Gonzalez, H. H. (2018). Normatividad de los empaques, embalajes y etiquetados (EEE) para las exportaciones colombianas de alimentos procesados a Estados Unidos. *Revista ESPACIOS*, 39(24). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/18392408.html>
- Jaramillo Taipe, S. P., & Cevallos Rodríguez, M. P. (2015). *Creación de una empresa productora de snack de malanga* [MasterThesis, Quito: USFQ, 2015]. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4802>
- Jiménez Villa, D. M., & Rojas Roncancio, D. M. (2018). *Plan de negocios para la exportación de papa criolla deshidratada hacia Nueva York -Estados Unidos* [Thesis, Editorial Universitaria San Mateo]. <http://localhost:80/jspui/handle/123456789/72>
- Linares, Y., & Gutiérrez, A. (2018). *El mercado mundial de la papa*.
- Montenegro, C. E., Pereira, M., & Soloaga, I. (2018). El efecto de China en el comercio internacional de América Latina. *Estudios de economía*, 38(2), 341-368. <https://doi.org/10.4067/S0718-52862011000200001>
- Noroña Alarcón, C., Noroña Alarcón, J., & Paladines Rodríguez, J. (2019).

Análisis de la exportación de los desechos electrónicos y su incidencia en el comercio exterior del Ecuador. *Espirales Revista Multidisciplinaria de investigación*, 3(26), 40-49. <https://doi.org/10.31876/re.v3i26.458>

Orozco, I. M. (2018). *Análisis de Mercado para la Exportación de Papachina— Malanga, Producida en el Ecuador para el Consumo en el Mercado Estadounidense*.

Palacios, D. L., & Reyes, P. E. (2019). Cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior. *Dominio de las Ciencias*, 2(Extra 2),418-431.

Paz Arce, S. G. (2017). *D'Papás: Producción y ventas de papas fritas*.
<https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/9ca75876-a87e-4cd0-b90ba9348de997da>

Prados, M. (2020). Pasado, presente e hipótesis de evolución de los incoterms® 2020 en el comercio internacional. *Revista Crítica de la Historia de las Relaciones Laborales y de la Política Social*, 13 (marzo-diciembre), 37-78.

Púa, A. L., Barreto, G. E., Zuleta, J. L., Herrera, O. D., Púa, A. L., Barreto, G. E., Zuleta, J. L., & Herrera, O. D. (2019). Análisis de Nutrientes de la Raíz de la Malanga (*Colocasia esculenta* Schott) en el Trópico Seco de Colombia. *Información tecnológica*, 30(4), 69-76. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000400069>

Quintana, R., Donoso, M., Kusactay, V., & Espinoza, J. (2021). *Introducción al Comercio Exterior*. Liveworkingeditorial.com.

Reyna, J. C. (2023). El comercio exterior del Ecuador, 1890-1950. *Investigaciones de Historia Económica*, 18 pp.-18 pp.
<https://doi.org/10.33231/j.ihe.2023.04.003>

Romero Morán, A. K. (2018). *Análisis nutricional comparativo entre snacks de Malanga (*Xanthosoma saggitifolium*) y Papa China (*Colocasia esculenta*) mediante la fritura*

- convencional* [BachelorThesis, Riobamba, Universidad Nacional de Chimborazo, 2018]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4680>
- Rosero Torres, V. G. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de chifles de malanga en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura* [BachelorThesis]. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6876>
- Ruiz Ludeña, E. O., & Sevilla Riera, A. X. (2023). *Análisis del impacto del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea en el comercio exterior ecuatoriano en el período 2017-2020* [BachelorThesis, Quito : UCE]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/28625>
- Sanaú, J. J. (2022). Logística, liberalización del comercio internacional y crecimiento económico. *Cuadernos de estrategia*, 210, 55-82.
- Sánchez, A. G. (2019). Libre comercio: Tratados y nuevo orden. Un balance. *Economía UNAM*, 13(38), 122-130. <https://doi.org/10.1016/j.eunam.2016.05.006>
- Sastre, B. (2019). *Evolución del Comercio Internacional: Consecuencias de la globalización*. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/7357>
- Suarez Portilla, M. A., & Nolivos Chica, T. M. (2022). *Exportación de snacks de camote hacia el mercado holandés* [BachelorThesis, Guayaquil: ULVR, 2022.]. <https://doi.org/10/NOLe>
- Vanegas, J. G., Restrepo, J. A., & González, M. A. (2018). Negocios y comercio internacional: Evidencias de investigación académica para Colombia. *Suma de Negocios*, 6(13), 84-91. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.007>
- Viveros, E. C., Rojas, A. A. E., Herrera, V. P., Exsome, C. P., Pereda, S. Q., & Ortega, L. A. G. (2021). Desarrollo de un puré instantáneo a base de malanga. *UVserva*, 11, Article 11. <https://doi.org/10.25009/uvs.v0i11.2762>
1. Zavala, D. I. (2016). Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un

enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño. *Economía Informa*, 397, 61-79. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.03.004>