



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja.

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Modelo de negocio para la Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano
del cantón Zapotillo, para la exportación de aceite de palo santo 2015.**

TRABAJO DE TITULACION

AUTOR: Pérez González, Gustavo Alejandro

DIRECTOR: Toledo Macas, Ronald Kleiner, Mgs.

LOJA - ECUADOR

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Septiembre, 2016

APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

Magister.

Ronald Kleiner Toledo Macas

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Modelo de negocio para la Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano del cantón Zapotillo, para la exportación de aceite de palo santo 2015, realizado por Gustavo Alejandro Pérez González, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, enero de 2016.

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Gustavo Alejandro Pérez González, declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Modelo de Negocio de la Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano para la Exportación de Aceite de Palo Santo 2015, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Ronald Kleiner Toledo Macas director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de investigación, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la universidad”

f.

Gustavo Alejandro Pérez González

Cédula: 1104856891

DEDICATORIA.

La presente tesis se la dedico al ser supremo, a mi padre querido que desde el cielo sonríe al verme y me acompaña en todo lugar, a mi querida familia, a mis estimados profesores y a mis amigos en general.

AGRADECIMIENTO.

Mi agradecimiento a Dios y la vida por permitirnos ver un amanecer más, a mi padre, quien tanto en vida como ahora desde el cielo siempre me acompaña y ha sido un pilar fundamental en mi desarrollo, a mi familia quienes han estado ahí apoyándome en todo momento y a mis profesores que sabiamente han podido compartirme sus valiosos conocimientos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I. ANÁLISIS DEL PROYECTO PALO SANTO DE LA ASOCIACIÓN COMUNITARIA BOLÍVAR TELLO CANO	
1.1. Antecedentes.....	6
1.2. IKARA.....	8
1.2.1. Análisis de IKARA.....	9
1.2.1.1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.....	9
1.2.1.1.1. Fortalezas.....	12
1.2.1.1.2. Oportunidades.....	12
1.2.1.1.3. Debilidades.....	13
1.2.1.1.4. Amenazas.....	13
1.2.1.2. Matriz de Michael Porter.....	14
1.2.1.2.1. Rivalidad entre empresas competidoras.....	14
1.2.1.2.2. Entrada potencial de nuevos competidores.....	15
1.2.1.2.3. Desarrollo potencial de productos sustitutos.....	16
1.2.1.2.4. Poder de negociación de los proveedores.....	16
1.2.1.2.5. Poder de negociación de los consumidores.....	16

1.3.	Alianzas Estratégicas Organizacionales.....	16
1.3.1.	Universidad Técnica Particular de Loja.....	17
1.3.2.	Agencia de Desarrollo Empresarial (ADE).....	17
1.3.3.	Naturaleza y Cultura Internacional (NCI).....	18
1.3.4.	Aditivos y Maquinaria (ADITMAQ).....	18
CAPITULO II. NORMATIVA DE LA EXPORTACIONES EN ECUADOR DE ACEITES ESCENCIALES		
2.1.	Ley de comercio exterior e inversiones.....	20
⇨	Título I (Del ámbito y objeto de la ley).....	20
⇨	Título II (De los principios y disposiciones para el cumplimiento de los objetivos de esta Ley).....	20
⇨	Título III (De la coordinación institucional).....	20
↵	Capítulo I.....	20
	Del consejo de comercio exterior e inversiones.....	20
↵	Capítulo II.....	20
	Del órgano ejecutor de la política de comercio exterior e inversiones.....	20
⇨	Título IV (De la promoción).....	21
↵	Capítulo I.....	21
	De la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones directas.....	21
↵	Capítulo II.....	21
	De la promoción financiera de las exportaciones.....	21
⇨	Disposiciones finales.....	21
2.2.	Normativa de exportación de aceites esenciales.....	22
2.2.1.	Ministerio del Ambiente (MAE).....	22
2.2.2.	Agrocalidad.....	23

2.2.3.	Federación Ecuatoriana de Exportaciones (FEDEXPOR).....	25
2.2.4.	Empresas logísticas certificadas.....	26
2.3.	Manual de normativas a aplicar en la asociación BTC, para la exportación de aceite de palo santo.....	27
CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIOS DE LA ASOCIACIÓN BTC ORIENTADO A LA EXPORTACIÓN		
3.1.	Infraestructura.....	35
3.1.1.	Recursos y capacidades.....	35
3.1.1.1.	Recursos tangibles.....	35
3.1.1.2.	Recursos intangibles.....	35
3.1.2.	Talento humano.....	36
3.1.2.1.	Capacidades.....	36
3.2.	Procesos.....	37
3.2.1.	Actividades clave.....	38
3.2.1.1.	Cosecha del fruto de palo santo.....	38
3.2.1.2.	Transporte de los productos recolectados.....	41
3.2.1.3.	Extracción del aceite esencial.....	42
3.2.1.4.	Promoción.....	42
3.2.1.5.	Reinversión.....	43
3.2.1.6.	Investigación.....	43
3.2.2.	Propuesta de valor.....	44
3.3.	Normativa.....	45
3.3.1.	Proceso de exportación.....	46
3.3.2.	Proceso de comercialización nacional.....	46
3.4.	Finanzas.....	49

3.4.1.	Ingresos.....	49
3.4.2.	Costos.....	49
3.5.	Clientes.....	50
3.5.1.	Perfil de demanda nacional.....	50
3.5.2.	Perfil de demanda internacional.....	51
3.5.3.	Perfil de la oferta nacional.....	53
3.5.4.	Perfil de la oferta internacional.....	53
	CONCLUSIONES.....	54
	RECOMENDACIONES.....	55
	BIBLIOGRAFÍA.....	56
	ANEXOS.....	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de las FODA de IKARA.....	9
Tabla 2. Estrategias para las FODA.....	10
Tabla 3. Manual de normativas a aplicar en la Asociación BTC, para la exportación de aceite de Palo Santo.....	28
Tabla 4. División Porcentual de los componentes del Valor Agregado del aceite esencial de palo santo.....	45
Tabla 5. Fluctuaciones de Ingresos de la asociación BTC (2007-2013).....	49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Matriz de Michael Porter.....	14
Ilustración 2. Modelo de Negocios Palo Santo.....	34
Ilustración 3. Diagrama de procesos para la extracción de palo santo.....	37
Ilustración 4. Diagrama de Aprovechamiento del Fruto de Palo Santo.....	39
Ilustración 5. Cosecha en parejas de la fruta de Palo Santo.....	40
Ilustración 6. Pesado y registro de la fruta de Palo Santo.....	40
Ilustración 7. Almacenamiento del fruto de palo santo previo al traslado a la ciudad de Loja.....	41
Ilustración 8. Evolución Exportaciones del Ecuador.....	52
Ilustración 11. Evolución exportación aceite de Palma.....	53

RESUMEN.

La Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano (BTC) es una organización que surge para el desarrollo integral de las comunidades de Malvas, Totumos, Chaquiro y Paletillas de Malvas, cantón Zapotillo, provincia de Loja; dentro de sus principales actividades destacan la cosecha y procesamiento del fruto de palo santo para la obtención de derivados que posteriormente serán comercializados, dicha asociación se originó gracias a la intervención técnica de algunas entidades dentro de las cuales destacan la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), Naturaleza y Cultura Internacional (NCI), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y la Agencia de Desarrollo Empresarial (ADE); actualmente estos organismos han pasado a ser importantes alianzas estratégicas para el desarrollo de la asociación dentro de un ámbito legal e integralmente sustentable.

El modelo de negocio palo santo, es la representación de la dinámica inherente a los macro y micro componentes que afectan el proceso de generación de valor de la Asociación BTC, para poder a través del mismo mejorar la gama de procesos que tienen como objetivo final la comercialización especialmente a un nivel de exportación.

Palabras Claves: Asociación, Comunitaria, Bolívar Tello Cano, Palo Santo, Modelo, Negocio, Valor, Procesos, Exportación, Alianzas, Desarrollo, Sustentable.

ABSTRACT.

The BTC Community Association is an organization that arises for the integral development of communities of Malvas, Totumos , Chaquiro and Paletillas of Malvas ; that within Its principal activities include the harvesting and processing of the fruit of “palo santo” for obtaining derivatives that will later be marketed , this association through technical intervention of some entities within which highlight the UTPL , NCI , MIES and ADE ; currently these organizations have become important strategic alliances for the development of the association within a legal and fully sustainable level.

The “palo santo” business model, is the representation of the dynamics inherent to the macro and micro components that affect the process of generating value of BTC association to therethrough improve the range of processes that have the ultimate goal of marketing especially to a level of export.

Keywords: Association , Community , Bolívar Tello Cano, Palo Santo , Model , Business , Value , Processes , Export, Alliances , Development , Sustainable .

INTRODUCCIÓN.

El ser humano desde los albores de su evolución ha permanecido en constante cambio e interacción con su entorno, las herramientas han tenido un rol protagónico en todas las etapas de desarrollo y las mismas han tenido proporcionalmente a la humanidad, una secuencia de pasos evolutivos que han marcado la intensidad y velocidad en que las sociedades han progresado a través de su uso, estas herramientas sin importar el fin para el cual hayan sido desarrolladas, fueron siempre producto de una secuencia de prueba y error, respondiendo a la búsqueda de metodologías más eficientes en la consecución de un determinado objetivo.

En la actualidad las sociedades, respondiendo al apetito imperecedero de soluciones más prácticas, se mantienen en la constante búsqueda de formas más eficientes de explicación y respuesta de los fenómenos en todos los campos, para generar a través de dichas explicaciones, premisas que permitan estructurar nuevas teorías que, aplicadas en el campo de estudio inherente, conlleven a la agilización de sistemas en post de originar un bien o servicio que consecuentemente permita la retroalimentación del sistema cíclico de evolución y cambio.

Los modelos, en un sentido general y siguiendo este contexto, son herramientas representativas en todas las formas y a través de las cuales podemos plantearnos panoramas en un ambiente controlable, para que un objeto de estudio “empresa” sea más comprensible y fácil de analizar; dichos modelos son en mayor o menor grado (dependiendo de las variables consideradas) eficientes para la descripción de un fenómeno determinado y el nivel de experticia de quien lo describe o aplica es uno de los factores importantes que influirá en el grado de asertividad del mismo.

Las empresas en la actualidad han evolucionado a tal punto que resulta casi imposible (en algunos casos), poder describir a simple vista los sistemas integrales de creación de valor inmersos en las mismas, dichas empresas utilizan herramientas y metodologías para poder hacer más eficientes sus procesos de creación de valor y, es aquí entonces, en donde el presente tema de investigación cobra validez para que a través del objetivo principal del presente tema de estudio, que es el de presentar el modelo de negocio del proyecto palo santo, se pueda generar una propuesta a considerar dentro de toda la gama de ambientes similares que se podrían presentar en organizaciones afines a la extracción de aceites esenciales regidos por una normativa ecuatoriana.

En el primer capítulo de la presente investigación se hace hincapié en describir el estado actual de la Asociación BTC, así como también del proyecto palo santo, usando herramientas como la matriz FODA y la de Michael Porter; en el segundo capítulo se determina la normativa legal así como también los procesos referentes al tema de exportaciones de aceites esenciales en el Ecuador para en el tercer y último capítulo concluir con una descripción detallada de todos los componentes que integran el modelo de negocio palo santo.

Es muy relevante para las comunidades de la zona sur de la provincia de Loja así como también para el entorno empresarial de la región el presente tema estudio, ya que en sí mismo constituye una herramienta que permitirá comprender y disminuir la incertidumbre inherente a procesos llevados a cabo dentro de la Asociación BTC, para a su vez promover desarrollo en todos los campos, resultando a la vez un manual que servirá para manejar de mejor manera el tema de exportaciones de la organización y afines.

Para la definición del modelo de negocios de la Asociación BTC, y considerando que el tipo de estudio es bibliográfico, de campo y descriptivo se usaron los métodos: analítico deductivo y sintético, a través de los cuales se pudo una vez recopilada la información, proceder a sintetizarla y emitir criterios concretos en torno a la dinámica de negocios existente en el proceso de comercialización del aceite esencial de palo santo; una vez generada esta información se pudo identificar 5 macro elementos del modelo de negocios en cuestión, mismos que son: infraestructura, procesos, finanzas, normativa legal y clientes.

CAPITULO I

ANÁLISIS DEL PROYECTO PALO SANTO DE LA ASOCIACIÓN COMUNITARIA BOLÍVAR TELLO CANO.

1.1. Antecedentes.

El bosque seco, también llamado selva seca, es uno de los 14 ecosistemas en los que se clasifican las eco regiones del [planeta](#), está compuesto por una [vegetación](#) alterna entre climas lluviosos y secos, el clima es cálido durante casi todo el año, las temperaturas rondan entre los 25° y 30 ° C y las lluvias son poco abundantes durante el invierno, pero durante el resto del año casi no se registran grandes [precipitaciones](#) (Ecología Hoy, 2013)

Este ecosistema alberga una exuberante cantidad de biomasa, y en general especies que están incluso esperando a ser registradas y que representan un verdadero tesoro; la actividad económica resultante del crecimiento aritmético de la población sumado a los cambios climáticos, que por efecto de las actividades humanas han aparecido en los últimos años, han llevado a estos ecosistemas de su anterior estado de esplendor, hasta la actualidad encontrarse como delimitadas áreas, empujándonos por este motivo a generar estructuras de regulación técnica de nuestras interrelaciones humano-naturaleza para que cada vez sea menos ofensivo nuestro impacto hacia la misma.

En el año 2000, Naturaleza y Cultura Internacional (NCI), inicia la propuesta para el establecimiento de áreas protegidas: estatales, comunitarias y privadas, que garanticen la conservación de la diversidad biológica y cultural de la región sur del Ecuador. En lo que corresponde a los cantones de Macará, Zapotillo, Celica y Puyango, NCI reconoció algunas áreas importantes para viabilizar la conservación por condiciones de tenencia, de diversidad biológica, por ubicación geográfica, acceso, entre otros criterios utilizados. Resultado de este trabajo se decidió adquirir dos áreas, una ubicada en el cantón Macará y otra en el cantón Zapotillo, estableciendo dos reservas privadas: Reserva Natural Tumbesina Laipuna y Reserva Natural Tumbesina La Ceiba, respectivamente. Luego de la creación de estas dos reservas, NCI ha desarrollado programas de conservación y desarrollo en las dos áreas, en el caso de Zapotillo, NCI trabaja con 22 comunidades, distribuidas alrededor de lo que actualmente es la reserva mundial de biosfera Bosque Seco, en temas pecuario, forestal, agrícola, crédito, educación, salud, ordenamiento territorial y legalización de tierras. (Ortiz y Cueva; 2014)

En el año 2007 gracias a un tema de investigación realizado por un estudiante de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), se determinó la factibilidad del aislamiento del aceite esencial del palo santo a partir de su fruto, lo que conllevó al mismo tiempo un gran acontecimiento, como lo fue la primera cosecha de dicho fruto, sin duda alguna todo esto fue trascendental, ya que anteriormente solo se podía obtener el preciado aceite a partir de la madera del árbol, lo que quedó en el pasado y que marcó el fin de una tala indiscriminada de bosques y además se garantizó a través de este nuevo proceso la promoción de una economía sustentable y ecológica.

Con la declaratoria de reserva ecológica del bosque seco, el mismo quedó además declarado como área de veda, es decir se implantó una prohibición total del consumo de cualquiera de los productos arbóreos pertenecientes al bosque seco, en este ámbito, inclusive la cosecha misma del fruto estuvo en un determinado momento prohibida, sin embargo a través de gestiones realizadas por las organizaciones involucradas se obtuvo un permiso especial de aprovechamiento basado en especificaciones técnicas que protegen la integridad del ecosistema. Dicho proceso de extracción o recolección de frutos es un proceso más tecnificado que garantiza la mantención del bosque seco y sobre todo busca un impacto ecológico endeble; el proceso de recolección inicia con la agrupación en parejas, que de forma manual y mediante la utilización de herramientas como escaleras, proceden a extraer un máximo del 30% de los frutos de cada árbol, lo que equivaldría a 1kg según las orientaciones del uso ambiental del ecosistema, una vez terminado se registra la cantidad obtenida por cada pareja.

El 3 de marzo del 2011 en la comunidad de Malvas, parroquia Garzarreal, cantón Zapotillo, en el local de la escuela María Genoveva Ortiz se lleva a efecto en asamblea general la primera reunión de la Pre-Asociación BTC, en donde se establece una directiva representada por:

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| • Wilar Panamito Guerrero | Presidente |
| • Tania Castillo Requena | Vice-Presidenta |
| • Marlon Panamito Guerrero | Tesorero |
| • Violeta Condoy Miranda | Secretaria |

La Asociación comunitaria sin fines de lucro BTC, es aprobada oficialmente el 20 de diciembre de 2012 bajo Acuerdo Ministerial nro. MIES-CZ-7-2012-0030, agrupando a las comunidades de Malvas, Totumos, Chaquiro y Paletillas; el 22 septiembre de 2014 la asociación BTC fue galardonada en la ciudad de “New York” como uno de los 35

ganadores del premio Ecuatorial 2014, con reconocimiento mundial otorgado por la iniciativa ecuatorial del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La asociación BTC trabajando conjuntamente con organismos como NCI, UTPL y la ADE, a través de su proyecto palo santo tiene como una de sus actividades centrales la extracción tecnificada y comercialización del aceite del árbol denominado con el mismo nombre, dicho aceite posee una importante gama de subproductos ya identificados y establecidos en el ámbito nacional como lo son: velas, jaboncillos, aromatizantes, esencia, inciensos, repelente en crema y repelente líquido.

En el 2014 se crea la marca IKARA a través de la cual la asociación busca poner en el mercado nacional e internacional sus productos a base de palo santo, el actual modelo de negocio se desglosa en etapas como la cosecha, procesamiento para la extracción del aceite del palo santo, producción de subproductos y finalmente su comercialización tanto en el mercado nacional e internacional; en el año 2012 la empresa de cosméticos Natura de Brasil, llevo a efecto la adquisición de 40 kg de aceite esencial, además en la actualidad se están manteniendo conversaciones con países integrantes de la Unión Europea para la comercialización del producto en mención; frente a este panorama y tomando como base los principios de flexibilidad y sobre todo de adaptación que exige el actual ambiente organizacional, surge el presente tema de investigación.

1.2. IKARA.

IKARA es el nombre de la marca a través de la cual la asociación BTC oferta en el mercado nacional e internacional los productos basados principalmente en palo santo, fue introducida en el 2014 y responde a la necesidad de ser reconocidos en el mercado en general por medio de un concepto; esta marca basa su significado en la palabra “Místico” y pretende incorporar a través de su concepto las propiedades ancestrales así como el valor cultural arraigado históricamente en el uso del palo santo así como también en sus beneficios.

Para la descripción del modelo de negocios de la asociación BTC es de crucial importancia el análisis y comprensión de los componentes entorno a la marca comercial IKARA, ya que es en representación de la misma que la asociación genera específicamente sus procesos de comercio de productos en base al palo santo.

1.2.1. Análisis de IKARA

1.2.1.1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Tabla 1. Descripción de las FODA de IKARA.

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Importante presencia de socios activos (50).• Presencia de alianzas estratégicas.• Reconocimiento internacional.• Bajos costos de producción.• Calidad del producto.	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Sector infra explotado.• Precio relevante.• Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV).
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Ausencia de sistemas propios de procesamiento.• Baja capacidad operativa.• Endeble apertura a otros mercados.	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Baja demanda actual.• Oferta extranjera de productos sustitutos.

Autor: Gustavo Pérez González

Tabla 2. Estrategias para las FODA.

<p style="text-align: center;">FODA</p>	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de sistemas propios de procesamiento. • Baja capacidad operativa. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baja demanda actual. • Oferta extranjera de productos sustitutos.
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importante presencia de socios activos. • Presencia de alianzas estratégicas. • Reconocimiento internacional. • Bajos costos de producción. • Calidad superior del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Incurrir en estrategias de marketing orientadas principalmente a la promoción de las características únicas del producto, resaltando el reconocimiento mundial de la Asociación así como también los organismos y comunidades inmersos, para lograr un nivel de ventas favorable que permita en mediano plazo la adquisición de maquinaria propia que eleve la capacidad operativa de la Asociación. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollar una página web que permita involucrar a los clientes con la dinámica social, cultural y técnica en torno a la marca IKARA, para lograr así un alcance global, que permita además resaltar el valor agregado del producto basado en una iniciativa ecológicamente sustentable con calidad de exportación.

<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sector infra explotado. • Precio relevante. • Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV). 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Al estar alineados con los objetivos del PNBV, y considerando además la débil oferta del aceite de palo santo a nivel industrial, sumado al innovador proceso de extracción a partir de los frutos, se emprende en la promoción, en donde además se resalta el precio asequible del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La baja demanda actual puede ser entendida como una deficiencia en la promoción del producto, en donde no se ha considerado en primer lugar todos los usos y beneficios del producto y, que partiendo del hecho que existen pocos oferentes, pueden fácilmente ser cambiados los índices de demanda actual.
--	---	---

Autor: Gustavo Pérez González.

Para la determinación del modelo de negocios de la asociación BTC, en específico enfocándonos en lo que IKARA concierne, el análisis FODA es de gran valía ya que nos permitirá encontrar y resaltar factores que bien podrían potenciar a la organización, así como también situaciones adversas que podrían poner en riesgo la permanencia de la misma en el mercado.

De la información documental recopilada y haciendo uso del método analítico y deductivo se han determinado los siguientes criterios de valor internos y externos que influenciarían a la asociación BTC:

1.2.1.1.1. Fortalezas.

Las fortalezas de la asociación BTC se basan principalmente en el hecho de que al ser una organización comunitaria, que agrupa 50 miembros activos se promueve un desarrollo en mancomunidad, bajo un ambiente familiar participativo; cabe destacar que las alianzas estratégicas son igualmente importantes en este apartado ya que representan parte misma de la organización, al momento de intervenir en los procesos de producción, así como también de apoyo; el reconocimiento internacional, los bajos costos, así como también la calidad superior del producto en términos de concentración comparadas con las de los competidores integran también a las fortalezas de la asociación.

1.2.1.1.2. Oportunidades.

El PNBV es un documento que abarca 12 objetivos generales y una estrategia territorial nacional, por medio de los cuales se pretende alcanzar un desarrollo sostenible partiendo desde los sistemas de producción y englobando además a todos los sectores económicos y sociales del Ecuador, en este sentido se traduce como una oportunidad ya que la asociación BTC por su ubicación y naturaleza social está perfectamente alineada a lo que el PNBV busca potenciar; el poco conocimiento de las propiedades del aceite de palo santo, por otro lado es importante destacar en el marco de las oportunidades ya que existe poca competencia lo que a su vez tiene un efecto positivo en el precio.

1.2.1.1.3. Debilidades.

Al no poseer la Asociación BTC maquinaria propia, se ve también afectada, de manera directa, la capacidad operativa ya que existe un costo superior de producción por el tema de mano de obra así como también la logística resulta importante considerar como limitante, por lo que se ve necesario el apoyo de las alianzas estratégicas para la producción del aceite y sus derivados.

1.2.1.1.4. Amenazas.

A pesar de que los usos del palo santo se remontan al imperio Incaico en el siglo XIV, existe en términos comerciales un estatus constante en relación a su evolución, ya que su oferta se ha mantenido mayormente de tipo artesanal, es decir su comercialización se ha basado principalmente en la venta de trozos del insumo básico que es el tronco, mismo que posee un bajo valor agregado; esto ha mantenido a los potenciales clientes al margen y por ende la demanda actualmente no es muy representativa, por otra parte en cuanto al ámbito internacional existe la presencia de organizaciones que procesan y exportan el aceite de palo santo, lo que en conjunto engloba todo lo referente a las amenazas de la asociación BTC.

1.2.1.2. Matriz de Michael Porter.

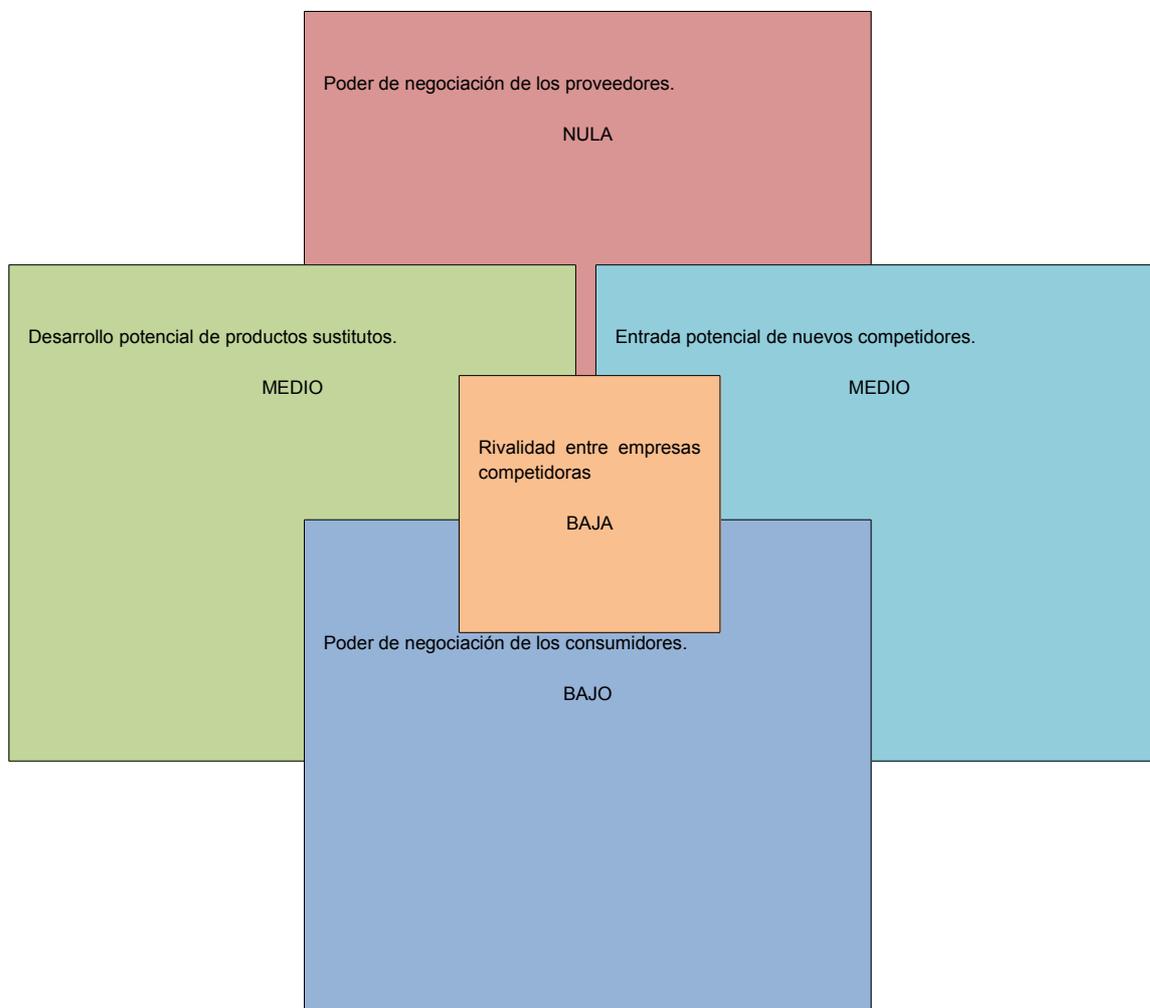


Ilustración 1. Matriz de Michael Porter
Autor: Gustavo Pérez González

El uso de la matriz de Michael Porter se plantea en base a la necesidad de determinar el estado actual de la marca IKARA en el mercado, para esto la información documental existente, será de gran valía, siendo la misma a través del método analítico y deductivo tratada para emitir criterios de valor con respecto a:

1.1.1.1.1. Rivalidad entre empresas competidoras.

En este apartado se cita a una de las empresas con características similares a las de IKARA, entre ellas destaca principalmente, y referente al entorno nacional, la empresa “El Artesan”; dicha empresa competidora está ubicada en el cantón Puerto López, de

la provincia de Manabí y tiene como misión “Mejorar la calidad de vida de las personas, generando condiciones operativas y estratégicas basadas en la dignidad y el respeto al entorno natural, para consolidar el uso adecuado del palo santo en el país”. Por otra parte en lo que a su visión respecta, enmarca: “Generar interés en el mito del palo santo y promover el uso adecuado del mismo, con un enfoque orientado a la reforestación de los bosques y el medio ambiente”; entre sus productos ofertados, encontramos: fragancia 33, fragancia 33 “roll on”, aceite de palo santo para masajes, tablitas uno por nueve, incienso de palo santo y fragancia 100% pura; los precios rondan ente los 8 y 18 dólares americanos, al igual que IKARA, la empresa el Artesan exporta sus productos con el apoyo de instituciones como Pro Ecuador. (El Artesan, 2010)

El Artesan para la extracción de sus aceites esenciales utiliza la técnica de arrastre por vapor, misma que es utilizada por IKARA, pero a diferencia de IKARA, el Artesan utiliza como insumo la madera del árbol una vez que este ha pasado por su etapa de vida y descomposición natural, IKARA por el contrario y en este sentido es sobresaliente, ya que sus aceites esenciales son producto de un descubrimiento innovador como es el arrastre por vapor de los frutos del árbol de palo santo, otra de las diferencia de las organizaciones es que por un lado el Artesan es una empresa familiar e IKARA es una asociación comunitaria, que mas allá de un enfoque mercantilista busca promover el desarrollo de la comunidad englobada desde una perspectiva social, los precios comparativamente hablando son similares, así mismo la presentación tiene notables semejanzas por ser un producto de especiales características, sin embargo y para concluir, en términos generales IKARA es superior en todos los aspectos por los antecedentes antes mencionados dentro de los cuales tampoco se puede dejar de lado los reconocimientos internacionales de nuestra organización objeto de estudio.

1.2.2.1.2.2. Entrada potencial de nuevos competidores.

El mercado del palo santo en general mantiene una demanda media-baja no por cuestiones relacionadas al producto, sino mas bien por falta de desarrollo de derivados y escasas estrategias de marketing; en la actualidad pocas son las empresas que a gran escala explotan el potencial de este producto, la mayor parte del comercio se centra en los mercados populares a pequeña escala y con el producto base “madera”, que no engloba ningún valor agregado; la ley ecuatoriana en la actualidad a través de las instituciones de gobierno promueve el desarrollo de empresas por medio de

créditos y asesoramiento, sin embargo para la explotación de este producto se requiere básicamente del insumo esencial que es el árbol y que está ubicado únicamente en el bosque seco, en el Ecuador este ecosistema está limitado únicamente al sur de la provincia de Loja en la recientemente declarada reserva mundial de biosfera Bosque Seco y en la provincia de Manabí en el parque nacional “Machalilla”, por lo tanto la entrada de nuevos competidores a este mercado está regulada por leyes de protección ambiental, y aunque los costos inmersos para el ingreso a este mercado no son elevados, existen limitantes ya que al tratarse de reservas naturales no se puede explotar a una escala masiva.

1.1.2.1.2.3. Desarrollo potencial de productos sustitutos.

El aceite esencial del palo santo por sus características químicas, y legado ancestral, tiene un alto nivel de diferenciación, existen pocos productos que contengan todo el valor agregado del mismo y existe una baja posibilidad de desarrollo de productos sustitutos.

1.2.1.2.4. Poder de negociación de los proveedores.

La asociación no cuenta con proveedores, ya que es ella la que directamente a través de los miembros de la comunidad se encarga del proceso de recolección del insumo básico que son los frutos del árbol de palo santo.

.2.1.2.5. Poder de negociación de los consumidores.

Al existir poca competencia en el mercado y a pesar de que la cantidad de clientes no es muy grande, existe bajo nivel de negociación de los clientes porque el aceite esencial del palo santo es un producto escaso que tiene una amplia gama de usos.

1.1.3. Alianzas Estratégicas Organizacionales.

Las alianzas estratégicas son la asociación de dos o más personas físicas o jurídicas con el objeto de generar con los aportes de cada una de ellas, proyectos de distinto tipo; la asociación permite crear cadenas de valor combinando recursos, la premisa básica es el ganar – ganar, los valores compartidos y el compromiso con el éxito (Krell, 2012).

Las alianzas estratégicas con las que cuenta la Asociación BTC son de vital importancia ya que al tratarse de un proyecto de mejora de calidad de vida se requiere instituciones que brinden la asesoría técnica en todos los procesos llevados a cabo dentro del ámbito interno de la asociación.

Entre los principales aliados estratégicos encontramos:

1.3.1. Universidad Técnica Particular de Loja.

La UTPL fue fundada el 3 de mayo de 1971 y reconocida por el estado ecuatoriano el 5 de mayo de 1971 bajo decreto ejecutivo 646, publicado en el Registro Oficial Nro. 217, es una institución autónoma, con finalidad social y pública, pudiendo impartir enseñanza, desarrollar investigaciones con libertad científica-administrativa, y participar en los planes de desarrollo del país, otorgar, reconocer y revalidar grados académicos y títulos profesionales; y en general, realizar las actividades propias para la consecución de sus fines (Universidad Técnica Particular de Loja, 2015)

Se involucra con la Asociación BTC a partir del año 2006, mucho antes inclusive de la instauración formal de la asociación, a través de un trabajo final de grado realizado por un estudiante (Zaragocin Arrobo, Rommel Ludwig; 2006), por lo que la UTPL descubre la factibilidad de obtención del aceite esencial de palo santo a partir del fruto del árbol, en el 2007 se lleva a efecto por primera vez la cosecha tecnificada del fruto, y es además el año en que se realiza la destilación por arrastre de vapor, por medio de la cual se extrae el aceite de palo santo.

Actualmente la UTPL presta sus instalaciones para el proceso de destilación, sin embargo y a pesar de que a partir del 2012 la asociación es la encargada de operar tal proceso, sigue siendo la universidad un importante apoyo ya que es además en sus instalaciones en donde se trabaja para la elaboración y desarrollo de nuevos derivados del aceite de palo santo para la posterior comercialización de los mismos.

1.3.2. Agencia de Desarrollo Empresarial (ADE).

La ADE es la entidad encargada de impulsar las estrategias necesarias para el posicionamiento de la marca IKARA en el mercado, además de ser en general quien se encarga de los procesos referentes a las exportaciones y comercio nacional; representa la parte administrativa del proyecto o quien en otras palabras maneja y

rinde cuentas a la asociación que es la principal beneficiaria de las actividades mercantiles que conjuntamente impulsan.

1.3.3. Naturaleza y Cultura Internacional (NCI).

NCI son quienes desde 1997 han trabajado con equipos técnicos de personas, para la creación de millones de hectáreas de áreas protegidas en los trópicos, así como también para la conservación de ecosistemas y riqueza cultural asociada a lo largo y ancho de América Latina (Naturaleza y Cultura Internacional).

Con respecto al proyecto palo santo de la Asociación BTC, NCI es quien se encarga de regir técnicamente en concordancia con la normativa legal ecuatoriana, los procesos de aprovechamiento de los recursos arbóreos inmersos en el bosque seco, parte de la recientemente declarada reserva mundial de la biósfera, brinda a sí mismo el aval como ente rector dentro de las actividades de desarrollo de las comunidades inmersas en el proyecto.

1.3.4. Aditivos y Maquinaria (ADITMAQ).

ADITMAQ es una empresa comprometida a proveer soluciones tecnológicas e innovadoras, a través de una extensa gama de productos y servicios de alta calidad que contribuyan al éxito de sus clientes que se enfoca en promover cambios en los procesos productivos, a través de un recurso humano especializado, infraestructura adecuada, productos exclusivos de alta calidad y aplicación de tecnología de punta (ADITMAQ, 2014).

En el año 2012 fue la empresa encargada de la comercialización del aceite que no es destinado para la empresa Natura y que permitió identificar nuevos demandantes del producto, varios de los cuales se está en espera de poder concretar la comercialización.

CAPITULO II

NORMATIVA DE LA EXPORTACIONES EN ECUADOR DE ACEITES ESCENCIALES.

2.1. Ley de comercio exterior e inversiones.

Publicada el nueve de junio de 1997 es un documento que consta de cuatro títulos estructurados de la siguiente manera:

➤ **Título I (Del ámbito y objeto de la ley).**

Compuesto por dos artículos, es aquí en donde se establece el objeto o misión de esta ley, así como también se delimita lo comprendido como “Comercio Exterior”.

➤ **Título II (De los principios y disposiciones para el cumplimiento de los objetivos de esta Ley).**

Aquí dentro de los seis artículos que componen este capítulo se enmarcan las garantías que ofrece el Estado para que exista justicia en cuanto a lo que comercio exterior se refiere; así como también la exención de impuestos para las exportaciones.

➤ **Título III (De la coordinación institucional)**

• **Capítulo I**

Del consejo de comercio exterior e inversiones.

En los seis artículos que conforman este primer capítulo del tercer título, se delimitan los principales actores que conforman el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), así como también las normas que garanticen el normal funcionamiento del mismo en términos de ausencia del principal actor que sería el Presidente de la República; se establecen además sus deberes y atribuciones, forma de convocación a Asamblea y finalmente la base de registro de gastos.

• **Capítulo II**

Del órgano ejecutor de la política de comercio exterior e inversiones.

En los dos artículos que componen este segundo capítulo del tercer título, se establecen los deberes y atribuciones del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, además se determina que conjuntamente con el Ministerio de Relaciones Exteriores son los entes responsables de dirigir las políticas de

comercio exterior; además conjuntamente con entidades del sector público y privado se determina que deberán trabajar para la ejecución de dichas políticas en sus respectivas competencias.

➤ **Título IV (De la promoción)**

• **Capítulo I**

De la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones directas.

En los ocho artículos que conforman este primer capítulo del cuarto título, aparece la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), como ente de promoción no financiera de las exportaciones e inversiones con domicilio en Guayaquil, se establecen la estructura de su organización, sus funciones, recursos y procedimientos en caso de limitantes en términos de intervención internacional.

• **Capítulo II**

De la promoción financiera de las exportaciones.

Compuesto por tres artículos, en este segundo capítulo del cuarto título se determina que es la función ejecutiva la encargada de establecer un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación; en este apartado además se derogan los artículos Nro. 26 y 27.

➤ **Disposiciones finales.**

En el artículo 31 que engloba este apartado se determina la supremacía de esta ley sobre cualquier otra normativa que se le oponga.

➤ **Artículo final.**

Se determina la vigencia que es a partir de la publicación en el registro oficial Nro. 32.

2.2. Normativa de exportación de aceites esenciales.

Las entidades encargadas de emitir los permisos necesarios para la exportación de aceites esenciales son:

2.2.1. Ministerio del Ambiente (MAE).

El Ministerio del Ambiente tiene como misión “ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económico, social y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos”

Sus objetivos son:

- Incorporar los costos y beneficios ambientales y sociales en los indicadores económicos, que permitan priorizar actividades productivas de menos impacto y establecer mecanismos de incentivo adecuados.
- Generar información sobre la oferta de recursos naturales estratégicos renovables por ecosistema para su manejo integral.
- Reducir la vulnerabilidad ambiental, social y económica frente al cambio climático, concienciar a la población sobre causas y efectos de este fenómeno antropogénico y fomentar la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en los sectores productivos y sociales.
- Reducir el consumo de recursos (electricidad, agua y papel) y de producción de desechos.
- Manejar la conflictividad socio ambiental a través de la incorporación de los enfoques de la participación ciudadana e interculturalidad y/o género en los proyectos de gestión ambiental.
- Definir y determinar información e investigación válidas y pertinentes para mejorar la gobernanza ambiental en los ámbitos de la normativa, la dinámica internacional y la participación ciudadana.

- Fortalecer la institucionalidad del Ministerio del Ambiente.

Referente a la exportación de aceites esenciales, el Ministerio del Ambiente es el encargado de la emisión de la “Patente de Aprovechamiento de Vida Silvestre” y el “Permiso de Exportación”.

La patente de aprovechamiento silvestre es la autorización por parte del MAE para la utilización de recursos genéticos, como en este caso lo es el palo santo, para la obtención de la misma, se requieren los siguientes documentos:

- Solicitud dirigida al director del Ministerio del Ambiente.
- Nombre, identificación y domicilio del solicitante.
- Ubicación geográfica del centro de tenencia y manejo.
- Pruebas de derecho de propiedad del centro de tenencia y manejo.
- Plan de aprovechamiento.

El permiso de exportación es el documento que permite la salida del territorio nacional de bienes de consumo, para lo cual se requiere:

- Solicitud dirigida al director del MAE.
- Patente de aprovechamiento de vida silvestre.
- Datos detallados de transporte.
- Visita del inspección de la carga a ser transportada.
- Guía de movilización al puerto de exportación.
 - ✓ Oficio indicando el medio de transporte a utilizar.

2.2.2. Agrocalidad.

Es la autoridad nacional sanitaria, fitosanitaria y de inocuidad de los alimentos, encargada de la definición y ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional (...) que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos. Promueve en las diversas cadenas de

producción agropecuaria, procesos sustentados en sistemas de gestión de la calidad (...) para lograr la satisfacción de los requerimientos nacionales y el desarrollo de la competitividad internacional; también otorga la certificación orgánica mediante la aplicación de la normativa nacional: registra, controla y supervisa a los operadores de la cadena de producción orgánica agropecuaria en el Ecuador, con el objetivo de garantizar su categoría como productores, procesadores y/o comercializadores de productos orgánicos certificados y además observar el desempeño técnico y administrativo de las agencias de certificación de productos orgánicos y sus inspectores, de esta manera se genera confianza por parte de los consumidores de los mercados nacionales e internacionales (Agrocalidad).

Agrocalidad es el ente encargado de emitir el “Certificado Fitosanitario de Exportación”, lo cual es un documento (...) que constata el cumplimiento de las disposiciones legales aplicables en materia de sanidad vegetal a que se sujetan la producción, movilización, importación o exportación de vegetales así como sus productos o subproductos que representen un riesgo fitosanitario (SAGARPA¹, 2014).

En Ecuador para la obtención del certificado fitosanitario se requieren los siguientes requisitos y sub requisitos:

- Solicitud Agrocalidad.
- Pago de aranceles cta. Banco de Fomento
- Factura original.
- Lista de embalaje
- Leudo de análisis original
- Original de especificaciones técnicas
- Original carta a policía
- Original de materia prima aprobada
- Copia de la factura FOB²
- Calificación de exportador.
 - ✓ Solicitud Agrocalidad.
 - ✓ Copia de RUC.
 - ✓ Copia del estatuto.
 - ✓ Copia de nombramientos.
 - ✓ Copia de cedula certificado de votación.
 - ✓ Croquis del lugar de extracción.
 - ✓ Pago de aranceles a cta. de BNF.
- Visita del inspector al lugar de producción.

2.2.3. Federación Ecuatoriana de Exportaciones (FEDEXPOR).

1 Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación “México”

2 “Free on Board”, son siglas utilizadas en transporte marítimo que conllevan consignación o despoje de responsabilidad por parte del vendedor hacia el comprador, en un comercio internacional.

Entidad que tiene como misión la prestación de servicios de calidad para el sector empresarial ecuatoriano, que fomenta el crecimiento del comercio exterior en el país; desde 1976, la Federación Ecuatoriana de Exportadores -FEDEXPOR- ejerce una importante representación del sector exportador privado al ser un referente de la internacionalización de las empresas en el país y un portavoz del espíritu emprendedor, abarcando más de 215 instituciones entre gremios sectoriales, empresas exportadoras, importadoras de materias primas y bienes de capital así como empresas de servicios conexos; siendo además la única entidad gremial del país con alcance nacional. La institución es un ente técnico que genera importantes aportes para la discusión de las políticas públicas en el ámbito de la producción, comercio exterior e inversiones (Federación Ecuatoriana de Exportaciones, 2014).

FEDEXPOR es el ente encargado de la emisión del certificado de origen, documento que acredita internacionalmente la procedencia de un bien a ser exportado, este certificado requiere de los siguientes requisitos y sub requisitos:

- Nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC.
- Autorización del representante legal al trámite.
- Lista de los productos a exportar con sus respectivas partidas arancelarias.
- Listado de materias primas nacionales e importadas para cada producto.
- Características del producto a exportar.
- Resumen del proceso productivo.
- País al que se va a exportar.
- Factura con valor total de la carga FOB.
- La firma electrónica: es la combinación del resumen Hash de un mensaje de correo electrónico y el certificado digital del emisor del mensaje, el resumen Hash se logra con la aplicación de un algoritmo matemático que crea el equivalente a la huella digital de un mensaje. El certificado digital es provisto por una entidad certificadora y permite conocer con certeza datos personales del emisor, como nombres, empresa en la que trabaja, dirección, teléfonos, etc. Una firma electrónica es su cédula de identidad en el mundo digital (Id Segura, 2010).

Para la obtención de la firma electrónica se requiere:

- ✓ RUC en pdf.
- ✓ Nombramiento del representante legal pdf.
- ✓ Escrituras de constitución o acuerdo ministerial pdf.
- ✓ Formulario para emisión de token lleno.
- ✓ Pago de aranceles.

- Estar registrado en Ecuapass: Es el sistema a través del cual el servicio nacional de aduanas agiliza los procesos de comercio exterior, para el registro en el mismo, es necesario:
 - ✓ Estar en lista blanca en rentas.
 - ✓ Tener la firma electrónica.
 - ✓ Llenar el formulario.
- Las Declaraciones Juramentadas de Origen son un documento previo requerido para la obtención final del certificado de origen, con el cual se establece legalmente la procedencia de un bien a ser exportado, este proceso se lo realiza una vez registrado en Ecuapass, obteniendo la partida arancelaria correcta.
- Visita de Inspección del Lugar de producción, para lo que se requiere:
 - ✓ Croquis del proceso del producto.
 - ✓ Pago de transporte de inspectores.

2.2.4. Empresas logísticas certificadas.

Una empresa logística es aquella organización que se encarga de efectuar el transporte de bienes, en este caso al mercado internacional, dichas empresas logísticas son con las cuales se celebra el contrato de logística de exportación, para lo cual se requiere:

- Reserva de flota de carga, línea aérea y numero de vuelo.
 - ✓ Factura original y copia del valor FOB de la carga.
 - ✓ Autorización firmada para el contrato de seguro de la carga.
 - ✓ Carta de seguridad del contenido de la carga.
 - ✓ Certificación de que el producto no es mercancía peligrosa.
 - ✓ Lista de embalaje.

2.3. Manual de normativas a aplicar en la asociación BTC, para la exportación de aceite de palo santo.

Los manuales son documentos que precisan información específica y estructurada por medio de la cual podemos hacer de más sencilla ejecución un proceso a efectuarse; en lo que ha exportación de aceite esencial de palo santo se refiere, hay algunas entidades y documentos a considerar, para poder llegar a culminar dicho proceso, éstos pasos están definidos en el siguiente esquema:

Tabla 3. Manual de normativas a aplicar en la Asociación BTC, para la exportación de aceite de Palo Santo.

P A S O	TRAMIT E	ENTIDA D	REQUISITOS	SUBREQUISITO S	OBSERVA CIONES
I	Patente de Aprovec hamiento de Vida Silvestre	MAE	<ul style="list-style-type: none"> ○ Solicitud dirigida al Director del Ministerio del Ambiente. 	No	
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Nombre, identificación y domicilio del solicitante. 	No	
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Ubicación geográfica del centro de tenencia y manejo. 	No	
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Pruebas de derecho de propiedad del centro de tenencia y manejo. 	No	
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Plan de Aprovechamiento. 	No	
II	Permiso	MAE	<ul style="list-style-type: none"> ○ Solicitud dirigida al 	No	

	de Exportación		director del MAE.		
			o Patente de aprovechamiento de vida silvestre.	No	
			o Datos detallados de transporte.	No	
			o Visita del inspección de la carga a ser transportada.	✓ Tener la carga bien almacenada.	
			o Guía de Movilización al puerto de exportación.	✓ Oficio indicando el medio de transporte a utilizar.	
III	Certificado Fitosanitario	AGROCALIDAD	o Solicitud Agrocalidad.	No	
			o Pago de aranceles cta. Banco de fomento	No	
			o Factura Original.	No	
			o Lista de Embalaje	No	
			o Leudo de análisis original	No	
			o Original de Especificaciones técnicas	No	
			o Original carta a policía.	No	
			o Original de materia prima aprobada.	No	
			o Copia de la factura FOB.	No	
			o Calificación de exportador.	✓ Solicitud Agrocalidad.	
				✓ Copia de Ruc.	

				✓ Copia del Estatuto.	
				✓ Copia de Nombramientos.	
				✓ Copia de cedula certificado de votación.	
				✓ Croquis del lugar de extracción.	
				✓ Pago de Aranceles a cta. de BNF.	
			○ Visita del inspector al lugar de producción.	No	
IV	Certificado de Origen	FFEDE XPOR	○ Nombramiento del representante legal.	No	
			○ Copia del RUC.	No	
			○ Autorización del representante legal al trámite.	No	
			○ Lista de los productos a exportar con sus respectivas partidas arancelarias.	No	
			○ Listado de materias primas nacionales e importadas para cada producto.	No	
			○ Características del producto a exportar.	No	
			○ Resumen del	No	

	proceso productivo.		
	○ País al que se va a exportar.	No	
	○ Factura con valor total de la carga FOB.	No	
	○ Firma Electrónica.	✓ RUC en PDF	
		✓ Nombramiento del representante legal PDF	
		✓ Escrituras de constitución o acuerdo ministerial PDF	
		✓ Formulario para emisión de Token lleno	
		✓ Pago de aranceles	
	○ Registro en ECUAPASS	✓ Estar en lista blanca en rentas.	
		✓ Tener la firma electrónica	
		✓ Llenar el formulario.	
	○ Declaración Juramentada de	No	

			Origen		
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Visita de Inspección del Lugar de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Croquis del proceso del producto. 	
				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pago de transporte de inspectores. 	
V	Contrato de Logística de Exportación	PANALP INA S.A.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Reserva de flota de carga, línea aérea y número de vuelo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Factura original y copia del valor FOB de la Carga. 	
				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Autorización firmada para el contrato de seguro de la carga. 	
				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carta de seguridad del contenido de la carga. 	
				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Certificación de que el producto no es mercancía peligrosa. 	
				<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lista de Embalaje. 	

Autor: Pérez González, Gustavo Alejandro; 2015

CAPITULO III

MODELO DE NEGOCIOS DE LA ASOCIACIÓN BTC ORIENTADO A LA EXPORTACIÓN.

El modelo de negocio de la Asociación Comunitaria BTC está compuesto de cinco partes estructurales que son: infraestructura, procesos, normativa, finanzas y clientes; el detalle y explicación que se generará en torno a la gráfica expuesta será denominado: Modelo de Negocio Palo Santo enfocado a las exportaciones; las singularidades del mismo radican en que se considera dentro de este a la normativa tras las exportaciones, así como también a una propuesta de valor inmersa en los procesos y con un enfoque global.

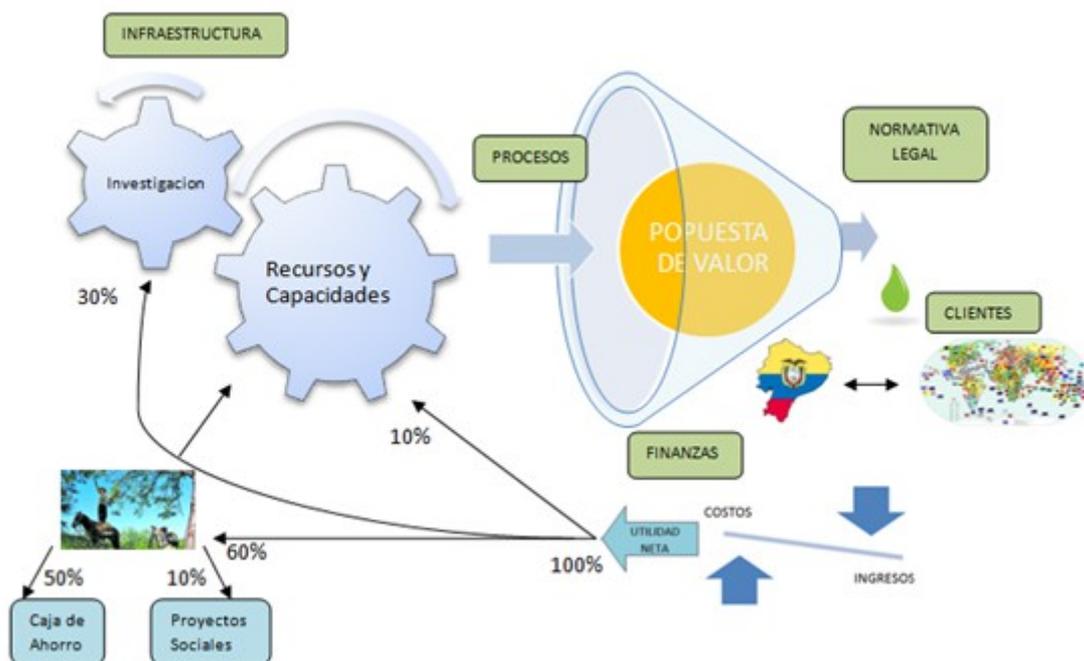


Ilustración 2. Modelo de Negocios Palo Santo.
 Autor: Gustavo Pérez González.

Para la definición del presente caso de investigación y análisis, se toma como punto de partida a la infraestructura, específicamente a los recursos y capacidades intrínsecos de la misma, considerando que las empresas pueden originarse para satisfacer una evidente necesidad así como también, por el contrario pueden surgir para generarlas a través de la determinación de potencialidades de un determinado bien o servicio infra explotado, es en este último caso en donde encajamos a la marca IKARA, ya que se aspira, utilizando estrategias de marketing generar una necesidad basada en la promoción de los múltiples beneficios y aplicaciones de los productos derivados del palo santo.

En lo que a finanzas respecta se ha identificado que del 100% de las utilidades netas se destina un 60%, 30% y 10% a la: asociación, investigación y recursos tangibles referentes a la producción respectivamente y como se muestra en la gráfica.

3.1. Infraestructura.

Basándonos en el esquema planteado al inicio del presente capítulo, la infraestructura con la que cuenta la asociación BTC, esta considera como la conjugación de varios factores de entre los cuales se encuentran:

- Recursos y capacidades
- Investigación “actividad clave (generadora)”
- Talento Humano “miembros activos de la organización”

3.1.1. Recursos y capacidades.

En este apartado se consideran de igual forma, tanto a factores tangibles como intangibles y se destacan:

3.1.1.1. Recursos tangibles.

Los recursos tangibles son aquella parte física de la asociación involucrada directamente con el proceso productivo para la extracción y comercialización de palo santo, se puede destacar:

- Maquinaria involucrada en el proceso de extracción del aceite esencial de palo santo, misma que pertenece a la UTPL, y se comprende específicamente por los dispositivos de destilación.

3.1.1.2. Recursos intangibles.

Los recursos intangibles son vitales para la organización, ya que representan todos aquellos reconocimientos y galardones que elevan la valía de los productos de IKARA, tanto en el mercado nacional como internacional, es a través de estos que se avalan los procesos innovadores llevados a cabo por la asociación, así como también la importante área de reserva de biósfera en la cual se desenvuelve el proyecto comunitario; dentro de estos recursos destacan:

- Reconocimiento al bosque seco por la UNESCO, como parte de la red mundial de reservas de la biósfera. (UNESCO, 2015)

- Reconocimiento por parte de la iniciativa ecuatorial del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo “PNUD”, como uno de los 35 ganadores del Premio Ecuatorial 2014, con reconocimiento mundial.
- Patente de extracción del aceite esencial a partir del fruto del palo santo.
- Patente del sistema de arrastre por vapor del aceite esencial del palo santo.
- Marca IKARA.

3.1.2. Talento humano.

El talento humano con el que cuenta la marca IKARA, está comprendido por los 50 miembros que conforman la asociación BTC, mismos que son en sí los encargados de la recolección, procesos de producción y comercialización del aceite esencial y sus derivados.

Existe un proceso de constante capacitación a los miembros de la asociación tanto en desarrollo comunitario como también en materia legal y técnica con respecto al palo santo que es la base productiva de dicha asociación, esto garantiza el empoderamiento de los mismos, lo que a su vez crea un impacto positivo en los productos de la marca IKARA.

3.1.2.1. Capacidades.

Las capacidades inherentes al talento humano de la asociación BTC, son muy importantes de destacar para comprender la manera en que el concepto de “asociación comunitaria” adquiere relevancia al ser incorporado al modelo de negocios de una determinada empresa.

Dichas capacidades son:

- Asociativa.- Es la capacidad que en este caso hace referencia a que los miembros de la asociación pueden agruparse o trabajar en conjunto para la consecución de determinadas tareas o generación de ideas.

- De Gestión.- Al ser varios los miembros de la asociación, existen más entes que pueden apoyar de mejor manera a la gestión, para la contextualización de necesidades y posterior obtención de recursos.

3.2. Procesos.

Los procesos del modelo de negocios de la asociación BTC, son todas aquellas acciones coordinadas, que en conjugación con la infraestructura, normativa, finanzas y además con una comprensión de lo que el mercado requiere, se enmarcan como aquellas cuestiones a través de las cuales la asociación con su marca IKARA, le otorga valor agregado a sus productos basados en palo santo, para la posterior obtención de réditos por concepto de comercialización de los mismos.

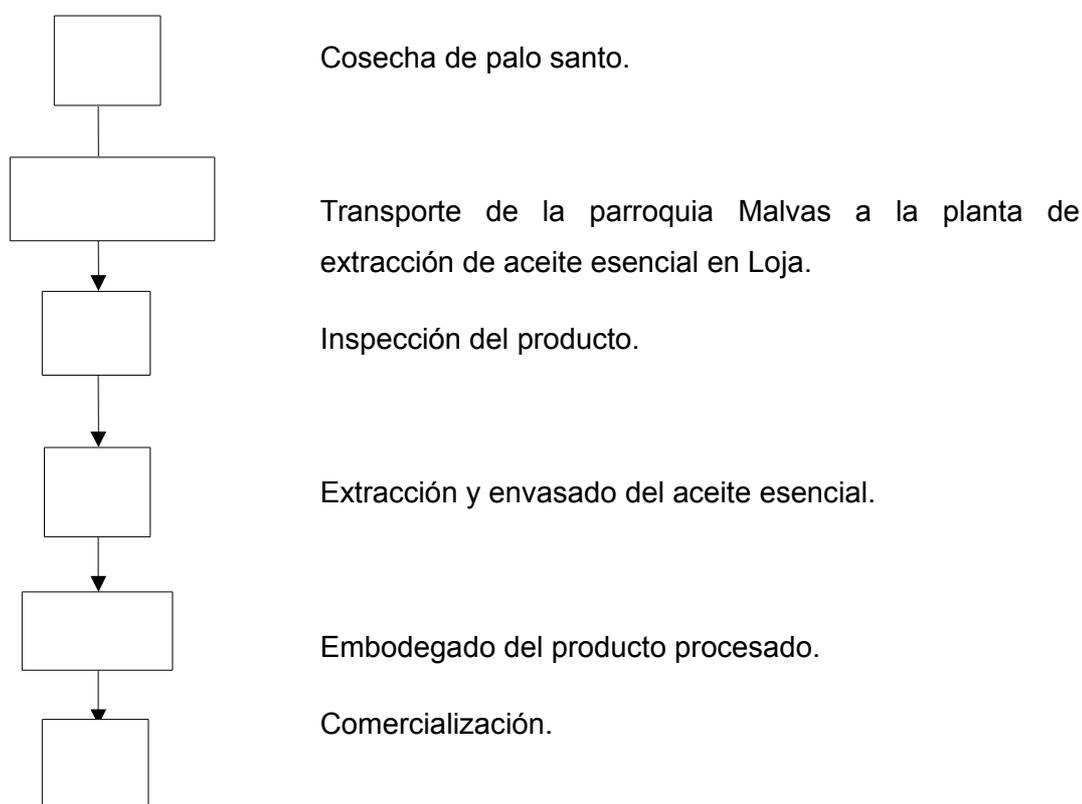


Ilustración 3. Diagrama de procesos para la extracción de palo santo.
Autor: Gustavo Pérez González

3.2.1. Actividades clave.

“Son de las múltiples actividades y procesos que requiere la ejecución del modelo de negocio, aquellas que son verdaderamente determinantes y críticas para su funcionamiento”. (Castellano, 2014)

Las actividades clave de la asociación BTC deben ser analizadas desde una macro perspectiva social que más allá de responder a un sentido comercial, buscan la mejora en términos de la calidad de vida de las comunidades inmersas en el ámbito de desenvolvimiento de la marca IKARA.

Se pueden distinguir:

3.2.1.1. Cosecha del fruto de palo santo.

Es la etapa inicial de la cadena productiva y es clave, ya que en la misma se deben considerar aspectos ambientales relativos a la declaratoria de reserva de la biósfera por parte de la UNESCO, que a su vez da origen a una serie de normas referentes a los procesos de conservación y adecuada extracción de productos derivados, en este caso del bosque seco.

Con la declaratoria que engloba a la zona sur de la provincia de Loja como reserva mundial de biósfera, queda además, consecuentemente declarado el bosque seco como área de veda, es decir se implanta una prohibición total del consumo de cualquiera de los productos arbóreos pertenecientes a dicho bosque, en este sentido, inclusive la cosecha misma del fruto del palo santo, estuvo hasta cierto punto prohibida, sin embargo a través de gestiones realizadas por las organizaciones involucradas se pudo obtener un permiso especial de aprovechamiento basado en especificaciones técnicas que protegen la integridad del bosque.

La recolección de la fruta será manual y directamente de la planta, la cosecha estará a cargo de 60 personas pertenecientes a 40 familias³ aproximadamente. Estas 60 personas se dividen en 2 grupos de trabajo que alternan sus días de recolección, unos trabajan y unos descansan así: El grupo 1 realiza la recolección en la zona 1 los días lunes, miércoles, viernes; El grupo 2 recolecta en la zona 2 los días: martes, jueves y domingo.

La tarea en campo se la realizará en parejas para apoyarse durante la labor de cosecha y para precautelar el bienestar físico de todos los participantes. Cada persona cosechará un total de 5 kg, 10 kg por pareja, y utilizará como medida sacos de macana acondicionados para recolectar 1 kg, además llevarán consigo sacos de 5 kg para acumular la recolección diaria de cada persona.

³ La cantidad de familias que realizan la recolección va de acuerdo a la cantidad de aceite requerido. Estas familias alternan sus períodos de recolección para permitir la mayor participación posible.

Existirán además 3 supervisores que estarán a cargo de vigilar que se cumplan las recomendaciones técnicas indicadas en el Plan de Aprovechamiento de manera que la recolección sea acorde a las consideraciones medioambientales y de producción orgánica. Los supervisores trabajan los 19 días que dura la campaña y durante cada día deben llenar el registro de observaciones que se muestra en el anexo 1.

Además existe un técnico comunitario que es el encargado de: apoyar con la organización de la recolección anual, ver por el orden y aseo diario del centro de acopio de Malvas, recibir, pesar, registrar y embalar el fruto en sacos de 30 kg para su envío a la ciudad de Zapotillo. El técnico comunitario trabaja durante toda la campaña.

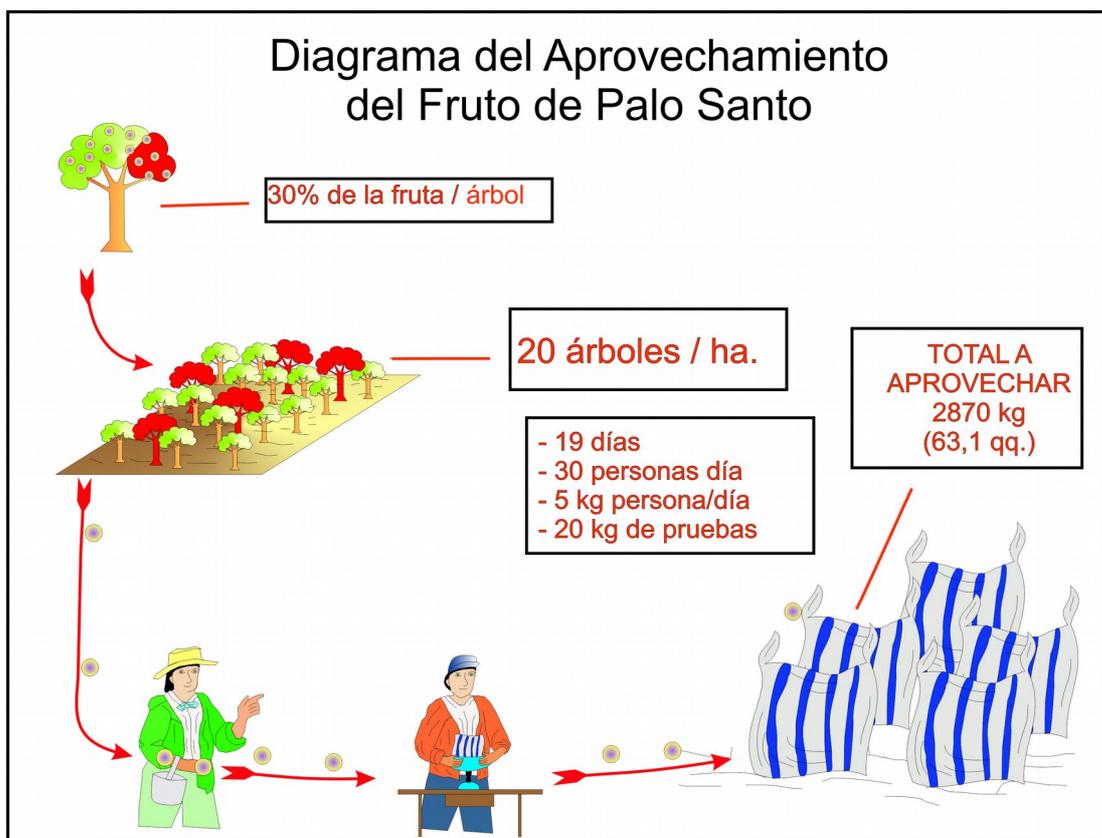


Ilustración 4. Diagrama de Aprovechamiento del Fruto de Palo Santo.
Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo Santo 2014.



Ilustración 5. Cosecha en parejas de la fruta de Palo Santo.
Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo Santo 2014.



Ilustración 6. Pesado y registro de la fruta de Palo Santo.
Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo santo 2014.

En el 2012 se llevo a efecto la última cosecha del fruto de palo santo, esto respondiendo a las especificaciones técnicas que dictan que por árbol se puede extraer un 30% de la totalidad de sus frutos, es decir un kilogramo por árbol aproximadamente, la cosecha iniciará a finales del mes de marzo y culminará a mediados del mes de abril, dependiendo del estado de madurez de los frutos para establecer si es antes o después de los tiempos planteados. El fruto será transportado en sacos de macana durante todo el proceso con la participación de 136 miembros de la asociación comunitaria, divididos en dos grupos de 68 personas, mismos que dejando un día, procedieron a recolectar 5 kg por persona; esta cosecha se efectuó en el lapso de 20 días, en los cuales se logro una recolección aproximada de 6800 kg de frutos de palo santo. (Ortiz, 2014)

3.2.1.2. Transporte de los productos recolectados.

En el centro de acopio de Zapotillo, cada uno de los sacos de 30 kg se embala en recipientes plásticos para evitar el maltrato y contaminación durante el transporte a Loja, cuyo riesgo se minimiza por existir un acuerdo con la empresa de transporte para que el producto tenga un espacio exclusivo dentro de la unidad que realice la movilización. En cada recipiente se coloca la etiqueta requerida por la certificadora, en donde constan datos generales del producto (ver anexo 2).

Finalmente, de forma diaria se tramita las guías de movilización ante el Ministerio del Ambiente para realizar el envío desde la ciudad de Zapotillo a la ciudad de Loja el mismo día que se realiza la recolección en horas de la noche.



Ilustración 7. Almacenamiento del fruto de palo santo previo al traslado a la ciudad de Loja.

Fuente: Plan de Aprovechamiento de Palo Santo 2014.

Al día siguiente la fruta es recogida en la ciudad de Loja por personal de la UTPL, para llevar al laboratorio e iniciar con el proceso de extracción del aceite esencial.

3.2.1.3. Extracción del aceite esencial.

La destilación con arrastre por vapor es una técnica de laboratorio que se utiliza para la separación de sustancias orgánicas insolubles en agua y que son ligeramente volátiles, de otras sustancias no volátiles, esto a través de la inyección de vapor de agua en el interior de la mezcla, a este vapor a pesar de que no arrastra nada se lo denomina "vapor de arrastre", pero su función real no es la de "arrastrar", sino más bien condensarse en el matraz⁴ formando otra fase inmiscible que cederá su calor latente a la mezcla a destilar para lograr su [evaporación](#).

Una vez descubierto que el fruto del palo santo posee una gran concentración de aceite esencial (inclusive mayor a la del tronco), se procedió a la tecnificar y patentar el dispositivo apto para el proceso de extracción del aceite encontrado en dicho fruto.

Este proceso se lo lleva a cabo en las instalaciones de la UTPL en donde una vez pasada la cosecha y enviado de los productos se procede a utilizar los dispositivos de destilación mismos que son operados por miembros de la asociación BTC, previamente capacitados y que en un grupo conformado por 4 personas proceden a operar las máquinas comprendidos en el proceso.

3.2.1.4. Promoción.

IKARA es la imagen corporativa a través de la cual la asociación BTC expone sus productos derivados de palo santo en el mercado, lo cual resulta como uno de los procesos fundamentales dentro del modelo de negocios de la asociación BTC ya que como se indica al inicio de este capítulo, dicha marca no surge de la percepción de una demanda determinada sino por el contrario es necesario el empleo eficiente de estrategias, que actúen como elementos detonadores a mediano plazo de la demanda de los productos derivados así como el aceite mismo de palo santo.

⁴ Recipiente de vidrio con base circular, generalmente utilizado en procedimientos químicos en donde las sustancias contenidas son sometidas a reacciones químicas.

Dentro de dichas estrategias está comprendido en general el desarrollo de la marca IKARA y el establecimiento de convenios con empresas como "SUPERMAXI" en el cual se busca alcanzar una importante vitrina de exposición de los productos.

La promoción es crucial para cualquier organización sea cual fuere el fin de la misma, y por ende, está comprendida como actividad clave ya que busca el alcance de potenciales clientes, lo que generará ventas y garantizará la permanencia del proyecto en el mercado tanto nacional como internacional.

3.2.1.5. Reinversión.

La reinversión en el caso de la asociación BTC esta subdivida en tres partes que son:

- Asociación.- Siendo la primordial beneficiaria, es en la cual se reinvierte el 60% del total de la utilidad neta generada por la marca IKARA, esto es de gran valía ya que actualmente se manejan proyectos de desarrollo comunitario dentro de los que encontramos una caja de ahorro y mas proyectos sociales que en conjunto pretenden consolidar el fin de la asociación que es la mejora en términos de calidad de vida de quienes habitan las comunidades involucradas en el proyecto palo santo.
- Investigación.- De las utilidades netas se destina un 30% a actividades de investigación llevadas a efecto por la UTPL, en donde se busca entre otras cosas el desarrollo de nuevos productos derivados del palo santo.
- Infraestructura.- Se destina un 10% para la futura adquisición del sistema de extracción del aceite esencial de palo santo, mismo que actualmente es de pertenencia de la UTPL.

El proceso de reinversión está catalogado como una actividad clave debido a que es a través del mismo que se garantiza la permanencia de la marca IKARA en el mercado, así como también se cumple el principal fin de la asociación BTC que es el de promover el desarrollo de las comunidades inmersas en el tema.

3.2.1.6. Investigación.

El esquema de modelo de negocios de la asociación BTC ubica en conjunto a la investigación con lo que a infraestructura se refiere, en este apartado también encontramos de una manera ya explicativa a la inversión, como actividad clave pero

también generadora de valor, por su naturaleza productiva, potenciadora de nuevos procesos que a su vez generarán nuevos productos de calidad.

En la actualidad, la investigación forma parte crucial de las empresas que desean mantenerse competitivas en un entorno con un gran nivel de incertidumbre creciente; los procesos, productos y servicios se encuentran al igual que todo lo demás en constante proceso de adaptación, evolución y cambio, por lo que no es raro identificar que, por ejemplo, en el caso de las empresas tecnológicas, el período de vida de los productos es cada vez más corto, no precisamente por una baja calidad de los insumos involucrados, sino más bien por el hecho de que debido al extremo entorno competitivo, existe una rápida decadencia de productos rezagados por actualizaciones con características mejoradas.

La investigación basándonos en el ejemplo anterior, aunque por una parte resulta el detonante que genera este panorama de constante cambio, por otro lado también permite a aquellas empresas inmiscuidas en el entorno, mantenerse competitivas y satisfaciendo las necesidades de los clientes que son en sí el principal motor impulsador de nuevos productos adaptados; dejando de lado al entorno tecnológico, IKARA también hace uso de sus utilidades netas para la investigación y búsqueda de nuevas aplicaciones referentes al palo santo, esto con el apoyo de una de sus importantes alianzas estratégicas, como lo es la UTPL, aquí en esta institución se mantiene un constante proceso de investigación que desemboque en el descubrimiento de nuevas aplicaciones y productos que conllevaran a la mantención de la marca IKARA en el tiempo.

3.2.2. Propuesta de valor.

El valor de un bien o servicio tiene hasta cierto punto un grado de ambigüedad en una etapa de pre venta, depende mucho de la percepción, relativa a un grado de satisfacción de una necesidad dada; por otro lado, el valor se lo puede definir y quizás medir como el precio de venta menos el costo de producción, esto es en otras palabras el nivel de utilidad neta por ventas de un determinado producto o servicio.

Para que un producto o servicio, genere un atractivo nivel de utilidad para las organizaciones oferentes, relativo al valor añadido a través de la cadena productiva, es necesario optimizar dichos procesos inmersos en la elaboración del producto, considerando la etapa más básica “en este caso” de cosecha, hasta las tareas finales de transformación y envasado.

El aceite de palo santo de la asociación BTC le debe su valor agregado en mayor grado a la tecnificación sustentablemente ecológica del proceso de extracción del mismo (40%), ya que en sí constituye la característica mayormente diferenciadora y destacable del producto, seguido a esto el segundo factor más relevante del valor agregado radica en el trasfondo social de desarrollo en la reserva mundial de biosfera del sur de la provincia de Loja (30%); las características superiores en relación a productos semejantes (pero extraídos del tronco del árbol), se ubican en tercer lugar (30%) dentro de los componentes del valor agregado, y finalmente los reconocimientos internacionales de la asociación (10%) son los menos relevantes dentro del valor agregado ya que en si son intangibles pero que poseen su grado de relevancia. Porcentualmente podemos descifrar al valor agregado del aceite esencial de la siguiente manera:

Tabla 4. División Porcentual de los componentes del Valor Agregado del aceite esencial de palo santo.

Proceso innovador de extracción ecológicamente sustentable a partir de los frutos.	40%
Trasfondo social que genera desarrollo en la reserva mundial de biosfera del sur de la provincia de Loja.	30%
Producto con características superiores en comparación con otras marcas de aceite de palo santo.	20%
Reconocimientos internacionales.	10%
Total de valor agregado	100%

Autor: Gustavo Pérez González.

3.3. Normativa.

Los procesos técnicos y legales a considerar para la puesta en el mercado tanto nacional como internacional de los productos de IKARA, abarcan gran parte del foco problemático del presente trabajo investigativo, debido a que se da gran énfasis en el presente estudio, a lo que al proceso de exportación se refiere, para al final llegar en la etapa de comercialización a un ámbito internacional.

A través de la presente herramienta como lo es el modelo de negocios de la asociación BTC, se busca hacer de mas fácil ejecución tanto como para los actores beneficiarios directos de IKARA, así como también para organizaciones afines, los procesos en torno a cuestiones legales tanto en el mercado ecuatoriano, así como también se dan principios básicos y manuales que hagan de más sencilla ejecución un proceso de exportación.

3.3.1. Proceso de exportación.

Detallado en el capítulo II del presente tema de investigación.

3.3.2. Proceso de comercialización nacional.

Para el proceso de comercialización nacional existen algunos criterios a tomar en cuenta, dependiendo de los productos considerados, por lo general se considera:

- **Registro Único de Contribuyente (RUC).**- El RUC un número de identificación obligatorio, para todas las personas naturales y jurídicas que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos a la administración tributaria.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente, en este se registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el Clasificador Internacional Industrial Único (CIIU), (Servicio de Rentas Internas, 2015).

- **Registro sanitario.**- El registro sanitario es un control que garantiza que un producto está aprobado para su consumo público, a fin de evitar fallas terapéuticas relacionadas con calidad, falsificaciones y comercialización no autorizada. Están obligados a obtenerlo todas aquellas personas naturales y jurídicas que se dediquen a comercializar productos tales como:
 - Medicamentos
 - Cosméticos
 - Productos higiénicos
 - Alimentos (productos nacionales y extranjeros)

- Plaguicidas
- Productos naturales (uso medicinal)
- Dispositivos médicos
- Reactivos bioquímicos
- Toxicología

En base al Registro Oficial nº 896, expedido el 21 de febrero de 2013, quien actualmente otorga el registro sanitario es la recientemente creada Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI).

La ARCSA realizará el trámite correspondiente a través del sistema automatizado, y el procedimiento se realizará a través de la página web: www.controlsanitario.gob.ec. Para la obtención del registro sanitario se deberá:

- Obtener previamente la clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al formulario de solicitud dispuesto.
- Escanear e ingresar en el sistema del ARCSA todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud.
- Ingresar la información de los formularios de solicitud establecidos y documentos adjuntos en el sistema informático de la ARCSA. Estos documentos deben ingresarse en versión electrónica con firma electrónica del representante legal del establecimiento.
- Ingresa el formulario de solicitud y los documentos adjuntos establecidos, el sistema le notificará y autorizará el pago por servicios correspondientes a la revisión de dicha documentación.

La ARCSA revisará que la documentación se encuentre completa y la información ingresada en la solicitud sea correcta en el término de siete días. Si esta no cumple los requisitos señalados, el trámite será devuelto al usuario, indicando los inconvenientes encontrados a fin de que resuelva los

mismos en un término de ocho días; de lo contrario, se dará por terminado el proceso. Una vez que la documentación esté completa y correcta, se autorizará el pago del Registro Sanitario. El sistema automatizado notificará al usuario la cantidad a pagar, pago que se lo realizará inmediatamente. La ARCSA comprobará que se realizó el pago, generando la factura electrónica en el sistema y enviará automáticamente la información de dicho pago al usuario para su impresión.

La ARCSA procederá a analizar la documentación técnica y legal presentada. En caso de que los informes emitidos contengan objeciones, emitirá el informe de objeciones a través del sistema automatizado en un término de cinco días.

En el caso de que ninguno de los informes haya contenido objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario en el término de cinco días.

El certificado de Registro Sanitario se publicará en el sistema y se lo dejará disponible para que el usuario, con su clave, pueda tener acceso al mismo, seleccione e imprima el certificado de Registro Sanitario, el cual será oficializado con la firma electrónica de la autoridad de la Institución emisora.

Cuando el usuario realice por primera vez el trámite para la obtención del Registro Sanitario, la ARCSA verificará electrónicamente la siguiente documentación que certifique la existencia del fabricante o importador:

- Cédula de ciudadanía
- Registro Único de Contribuyentes, si el fabricante del producto es persona natural.
- Si es persona jurídica, documento que pruebe la constitución de la empresa y permiso anual de funcionamiento vigente.

Esta información servirá de base para la tramitación de otras solicitudes posteriores (El Emprendedor Ec, 2015).

3.4. Finanzas.

3.4.1. Ingresos.

El día 23 de Junio de 2011 se emite el certificado de cuenta de integración de capital, de los socios constitutivos de la asociación BTC, por parte del Banco Nacional de Fomento, por un valor de \$ 400 dólares americanos, mismos que se constituyen como el saldo inicial de la asociación que posteriormente originaría la marca IKARA.

En la tabla expuesta a continuación se detallan las fluctuaciones de ingresos de la comunidad en base a los variables requerimientos de las empresas consumidoras del aceite esencial de Palo Santo.

Tabla 5. Fluctuaciones de Ingresos de la asociación BTC (2007-2013).

	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013
Cant. Aceite en kg	50	30	15	15	40	250	80
Ingresos Comunidad	13259,00	9353,20	5451,40	11715,32	18297,61	62000.00	20000,00

Fuente: Plan de manejo Palo Santo 2014.

3.4.2. Costos.

Los costos de IKARA se generan por todos los procesos efectuados para la comercialización de los productos basados en la esencia de palo santo; entre los principales podemos encontrar:

Hasta la puesta en marcha de este proyecto, el fruto de Palo Santo no ha tenido ningún uso por parte de la población local, es por eso que los ingresos que ahora se percibe por la recolección y venta del producto permiten solventar algunos de los gastos de los hogares que participan del proceso. Estos ingresos son de 12 dólares por jornada laboral, a razón de jornales por persona, representa ingresos de 84 dólares durante la campaña del año 2013.

Considerando que por familia existen entre 2 y 3 miembros promedio participando de la recolección, los ingresos serían de 168 y 252 dólares familia, un rubro importante para la economía local, y sobre todo considerando que la recolección no implica ningún gasto efectivo, sino únicamente las tareas de vigilancia que se realizan aprovechando los recorridos cotidianos que realiza la población para ver sus animales, colectar leña u otros. A este ingreso se suma un premio a la conservación que la empresa Natura entrega a la comunidad luego de realizar la exportación del aceite y el 35% de las utilidades por la venta del producto. Estos rubros son para beneficio general de las comunidades y suman 10.000 dólares aproximadamente.

3.5. Clientes.

Los clientes son la razón de ser de las organizaciones y a ellos se enfocan todos los procesos inmersos en la cadena productiva de la marca IKARA, procurando a través de eslabones como la investigación desarrollar ideas que satisfagan de una manera más eficiente los requerimientos cambiantes.

3.5.1. Perfil de demanda nacional.

En el Ecuador la demanda de los productos de IKARA se centra principalmente en los hogares con una posición socioeconómica medio–alta, además de spas, centros de aromaterapia y afines.

Hasta el año 2010, se pudo determinar que el número de habitantes ecuatorianos era de 14'483.499, en base a proyecciones presentadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se estima que para el año 2015 seremos 16'278.844 ecuatorianos; el número de integrantes promedio por familia es de 3,8 con lo que se puede deducir que el número promedio de familias en el Ecuador y según cifras oficiales es de:

- 16'278.844 habitantes del Ecuador.
- 3,8 integrantes por familia.

$$\frac{16'278.844}{3,8} = 4'906.316$$

Según la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico realizada por el INEC, se pudo determinar que en Ecuador, los hogares se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D. Para esta clasificación se utilizó un sistema de puntuación a las variables. Las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos, características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos.

Es fundamental conocer que esta estratificación no tiene nada que ver ni guarda relación con indicadores de pobreza o desigualdad. Son dos mecanismos, dos objetivos y dos metodologías distintas para clasificar a los hogares. (INEC, 2012)

Con estos dos antecedentes y considerando a los estratos: A, B y C+ como indicadores de status socioeconómico medio-alto, podemos determinar que un total del 35,9% (A+B+C+) de los hogares, es decir:

- 4'906.316 familias ecuatorianas
- 35,9 % de familias con nivel socio económico medio-alto.

$$35,9 * 4'906.316 = 17'613.674$$

En conclusión y en cuanto a lo que familias respecta, podemos decir que existe un amplio mercado potencial de futuros consumidores de los productos de IKARA en el entorno hogareño.

Por otro lado en Ecuador existen además 627 centros de adelgazamiento y spas (El Comercio, 2012), lo que es otra cifra atractiva y que da un buen indicador de lo que en el ámbito comercial de la marca IKARA respecta.

3.5.2. Perfil de demanda internacional.

En la actualidad el mercado global de cosméticos naturales asciende a 20.000 millones de euros lo que corresponde al 12% del mercado total de cosméticos, se estima además que para el 2015 existirá un crecimiento del 5% en este sector, el mercado francés de productos de cuidado personal es el segundo más grande de Europa, representó 455 millones de euros en 2012. Creció un 7 % en el 2012 y la proyección de crecimiento para el 2013 fue de 5.8 %. El mercado francés de productos naturales de cuidado personal se ubicará en 883 millones de euros en el 2019 según las proyecciones de Euro Monitor, lo que representará el 7.5 % del total del mercado de productos de cuidado personal en Francia. Los mayores productores europeos de cosméticos son: Francia, Alemania, Italia, Reino Unido y España. Representan el 90 % de la producción. Es importante recalcar que no necesariamente estos países compran directamente ingredientes naturales, pueden hacerlo a través de terceros países. En extractos, Francia es el primer importador de Europa con más de 8.000 toneladas en el 2012. La industria cosmética tiene interés en una amplia gama de aceites esenciales, la competencia es fuerte por lo que se requiere de productos

diferenciados. Enfocarse en productos que no se pueden producir en Europa o que producirlos es más caro (Pro Ecuador, 2014).

Las exportaciones como podemos ver en la grafica expuesta a continuación se han mantenido relativamente estáticas a partir del 2011 hasta abril del 2014.



Ilustración 8. Evolución Exportaciones del Ecuador.

El máximo y único referente de nuestro tema de estudio, es el aceite de palma que se encuentra en octava posición de los principales productos no petroleros exportados por el Ecuador, en 2014 los países a los que se exportó dicho producto estuvieron conformados por Colombia, Holanda, Venezuela y Mexico en donde se identificó una baja de 18.63% en relación al periodo 2013.

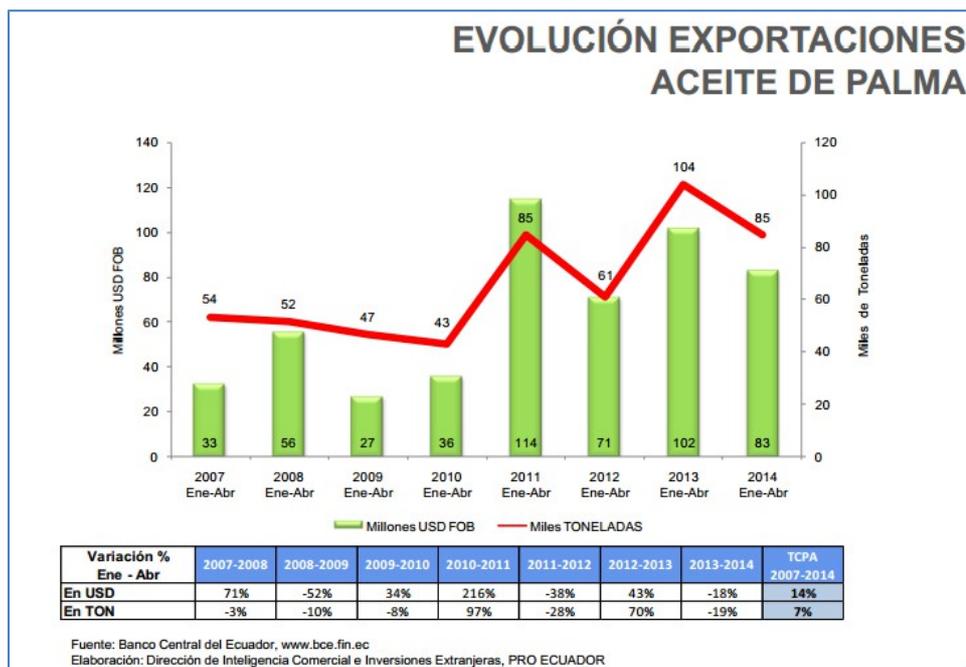


Ilustración 9. Evolución exportación aceite de Palma.

3.5.3. Perfil de la oferta nacional.

En el entorno nacional la marca IKARA se hace presente ofertando productos basados especialmente en aceite de palo de santo, tales como: velas, jaboncillos, aromatizantes para vehículos, inciensos, y la esencia misma en su forma básica.

3.5.4. Perfil de la oferta internacional.

La oferta internacional de IKARA, se basa principalmente en la comercialización de aceite esencial, y los mecanismos utilizados para dar con potenciales clientes, están intrínsecamente ligados con el internet, a través del cual se busca y contacta empresas afines a la elaboración de cosméticos en todo el mundo, mismos a los cuales se les hace llegar una ficha técnica de características tanto físicas y químicas para el posterior proceso de acuerdo, y envío del producto, cabe destacar que el precio oficial en el mercado internacional oscila entre los \$1500/kg.

CONCLUSIONES.

- Una vez que se ha presentado formalmente el “Modelo de Negocio de la asociación comunitaria Bolívar Tello Cano para la Exportación de Aceite de Palo Santo 2015”, se evidencia el establecimiento de una herramienta que permite comprender la dinámica empresarial de organizaciones comunitarias y afines, en el desarrollo de proyectos, en un entorno ambiental restringido que exige el cumplimiento de altos estándares de cuidado ambiental, pero que garantizan desarrollo en todos los ámbitos de interés.
- A pesar de existir algunos productos derivados del aceite de palo santo y de pertenencia de la asociación BTC, los ingresos hasta la fecha de publicación del presente trabajo de investigación son en su totalidad son generados por la comercialización del aceite esencial en su forma básica, debido a que los demás productos se encuentran en etapa de introducción.
- La asociación comunitaria BTC involucra activamente a todos sus miembros en todos los procesos, desde la cosecha, hasta el proceso de extracción del aceite esencial en la ciudad de Loja, se busca con esto un empoderamiento del proyecto por parte de los actores principales.
- Las alianzas estratégicas constituyen una parte importante en el proceso de desarrollo de la marca IKARA, así como también en la cadena productiva ya que son en sí mismas, una fuente de apoyo que busca el cumplimiento de las normas tanto legales como técnicas.
- La investigación dentro del presente modelo de negocios es el factor generador de nuevos procesos y productos derivados del aceite de palo santo, que buscan la satisfacción del cliente y que generan además una expansión positiva de la marca IKARA.
- Existe desconocimiento de las propiedades de los productos de la marca IKARA, por lo que se requieren esfuerzos de marketing para destacar las características especiales del palo santo en general, así como de los productos derivados para poder volverse más competitivos en una ambiente empresarial con alto nivel de incertidumbre.

RECOMENDACIONES.

- Se debe mantener un constante proceso de análisis y retroalimentación de las actividades claves que integran el modelo de negocios de la asociación comunitaria BTC, para que se garantice un alto nivel de competitividad en el ambiente en que se desenvuelve.
- El palo santo como insumo básico, da la pauta para el desarrollo de potenciales mercados alternativos de comercio, en donde se potencializan cualidades especiales de productos identificados pero infravalorados por falta de investigación e inversión comunitaria.
- Se deben buscar alternativas de desarrollo al palo santo, basadas en la potencialización de nuevos productos autóctonos de la zona en donde a través de un proceso de incorporación de valor agregado se pueda llegar a la comercialización de los mismos.
- Es necesario la constitución de un plan promocional que busque la definición de estrategias tecnificadas de difusión de los productos y también la marca IKARA a nivel nacional en donde los medios de comunicación tanto audiovisuales como impresos, así como además las plataformas digitales jueguen un rol protagónico para poder alcanzar un grupo potencial de clientes que conlleve al crecimiento de la demanda.
- Se debe mantener en constante proceso de capacitación en temas de desarrollo comunitario a los miembros de asociación BTC, para cumplir el objetivo primordial que es el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los miembros de la misma.
- Replicar el proyecto palo santo en áreas con características demográficas similares, al sur de la provincia de Loja en donde existe presencia de potenciales productos a ser explotados, para generar desarrollo mancomunado que tenga un impacto positivo en la economía ecuatoriana.

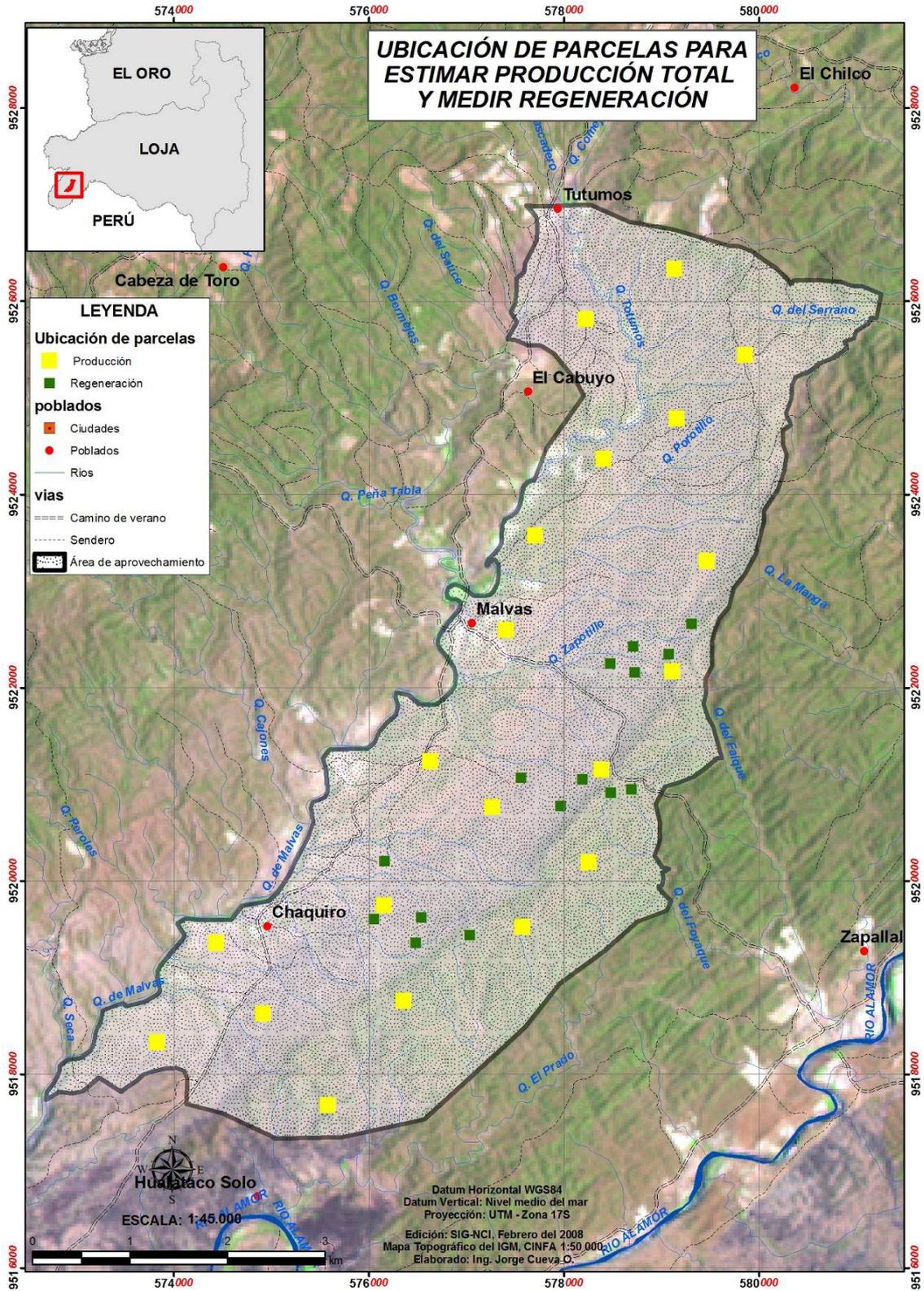
BIBLIOGRAFÍA.

- Aceites Esenciales de Young Linving. (s.f.). Recuperado el 29 de Octubre de 2014, de <http://aceitesesencialesyoungliving.com>
- Acuerdo Ministerial Nro MIES-CZ-7-2012-0030. (2012). Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fapp.mies.gob.ec%2Fmieslotaip%2Findex.php%2Fcomponent%2Fphocadownload%2Fcategory%2F284-a-2-base-legal%3Fdownload%3D3547%3Aloja-a-2-base-legal-diciembre-2012&>
- Agrocalidad. (s.f.). Recuperado el 9 de Diciembre de 2014, de <http://www.agrocalidad.gob.ec/la-institucion/>
- Asamblea Nacional. (2008). Recuperado el 7 de Octubre de 2014, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Barrios. (2010). Recuperado el 28 de Septiembre de 2014, de http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/62/62-1323280539.pdf
- Catálogo Taxonómico de especies. (2009). Mexico.
- Codigo Civil Ecuatoriano. (2005). Recuperado el 9 de Octubre de 2014, de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.wipo.int%2Fedocs%2Flexdocs%2Flaws%2Fes%2Fec%2Fec055es.pdf&ei=EptVJeOJMybNvKcgvG&usq=AFQjCNHRLZI6dmtwg3apnVAzW61VCsQrww&sig2=BGm-WBTrktXkKSsxReFSJA>
- CONABIO. (2009). Recuperado el 3 de Octubre de 2014, de http://www.conabio.gob.mx/informacion/catalogo_autoridades/doctos/siit.html
- Ecologia Hoy. (s.f.). Ecologia Hoy. Recuperado el 29 de 10 de 2014, de [search.yahoo.com/yhs/search?hspar=ddc&hsimp=yhs-ddc_bd&p=javascript%3Atry%7Bif\(document.body.innerHTML\)%7Bvar+a%3Ddocument.getElementsByTagName\("head"\)%3Bif\(a.length\)%7Bvar+d%3Ddocument.createElement\("script"\)%3Bd.src%3D"https%3A%2F%2Fapiwebwebgetcom-a.a](http://search.yahoo.com/yhs/search?hspar=ddc&hsimp=yhs-ddc_bd&p=javascript%3Atry%7Bif(document.body.innerHTML)%7Bvar+a%3Ddocument.getElementsByTagName()
- El Artesan. (s.f.). Recuperado el 1 de Diciembre de 2014, de <http://www.elartesan.com.ec/nosotros/resena-historica>
- El Artesan. (s.f.). Recuperado el 1 de Diciembre de 2014, de <http://www.elartesan.com.ec/nosotros/vision>
- El Artesan. (2010). Recuperado el 1 de Diciembre de 2014, de <http://www.elartesan.com.ec/nosotros/mision>

- El Comercio. (2012). Recuperado el 2015 de Febrero de 28, de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/pais-hay-627-centros-de.html>
- El Emprendedor Ec. (13 de Enero de 2015). Recuperado el 28 de Febrero de 2015, de <http://www.elemprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/>
- Estrategia Territorial Nacional. (2013). Buen Vivir Plan Nacional. Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/introduccion-justificacion-metodologia>
- Federacion Ecuatoriana de Exportaciones. (2014). Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de <http://www.fedexpor.com/acerca-de>
- Horacio Krell. (2012). ILVEM. Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=692>
- Id Segura. (2010). Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de Que es una firma Electronica: http://www.idsegura.com/negocios/que_es.php
- INEC. (2012). Recuperado el 28 de Febrero de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- Instituto de Promocion de Exportaciones e Inversiones. (2014). Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual. (2014). Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- J.M. Castellano. (2014). Think Creative. Recuperado el 20 de Enero de 2015, de <http://thinkcreative.es/actividades-clave-para-nuevos-modelos-de-negocio/>
- Ley de Economia Popular y Solidaria. (2014). Recuperado el 12 de Octubre de 2014, de http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf
- Lineamientos para la inversión de los recursos públicos y la regulación económica. (2013). Buen Vivir Plan Nacional. Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de Lineamientos para la inversión de los recursos públicos y la regulación económica
- Manzano. (2010).
- Ministerio de Inclusion Economica y Social. (2014). Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de <http://www.inclusion.gob.ec/misionvision/>
- Naturaleza y Cultura Internacional. (s.f.). Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://www.naturalezaycultura.org/spanish/htm/ecuador/ecuador.htm>

- Organic Monitor. (s.f.). Recuperado el 18 de Noviembre de 2014, de <http://www.organicmonitor.com/>
- Ortiz, Jorge L. Cueva. (2014). Plan de Aprovechamiento Palo Santo.
- Phytochemicals. (2012). Recuperado el 17 de Noviembre de 2014, de <http://www.phytochemicals.info/phytochemicals/limonene.php>
- Pro Ecuador. (2014). Recuperado el 19 de Noviembre de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/PROEC_PPM2013_COSMETICOS_FRANCIA.pdf
- Replicaion as Strategy. (2001).
- Replication as Strategy. (2001). Recuperado el 5 de Octubre de 2014, de http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/62/62-1323280539.pdf
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2012). Recuperado el Octubre de 2014, de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Servicio de Rentas Internas. (2015). SRI. Recuperado el 28 de Febrero de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ruc>
- Think creative España. (2012). Recuperado el 29 de Octubre de 2014, de Los Elementos del modelo de negocio: <http://thinkcreative.es/>
- Thinking Heads. (s.f.). Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de <http://www.thinkingheads.com/>
- UNESCO. (21 de Enero de 2015). UNESCO. Recuperado el 29 de Enero de 2014, de http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/unesco_entrega_certificado_de_reserva_de_biosfera_bosque_seco_a_la_ministra_del_ambiente_de_ecuador/#.VM1RfNKG_HQ
- Universidad Tecnica Particular de Loja. (2011). Recuperado el 10 de Octubre de 2014, de <http://investigacion.utpl.edu.ec//departamentos/area-biologica-biomedica>
- Universidad Técnica Particular de Loja. (2015). Recuperado el 3 de Diciembre de 2014, de <http://www.utpl.edu.ec/utpl/informacion-general/historia>
- Uscategui. (2013). Ecuadorian Hands. Recuperado el 5 de Noviembre de 2014, de <http://www.ecuadorianhands.com/blog-es/2013/06/20/composicion-y-propiedades-del-palo-santo/>
- Vera, F. (2011). Ecuadorian Hands. Recuperado el 01 de Noviembre de 2014, de <http://www.ecuadorianhands.com/blog-es/2011/07/05/esencia-de-palosanto-maravilloso-y-terapeutico/>

ANEXOS.



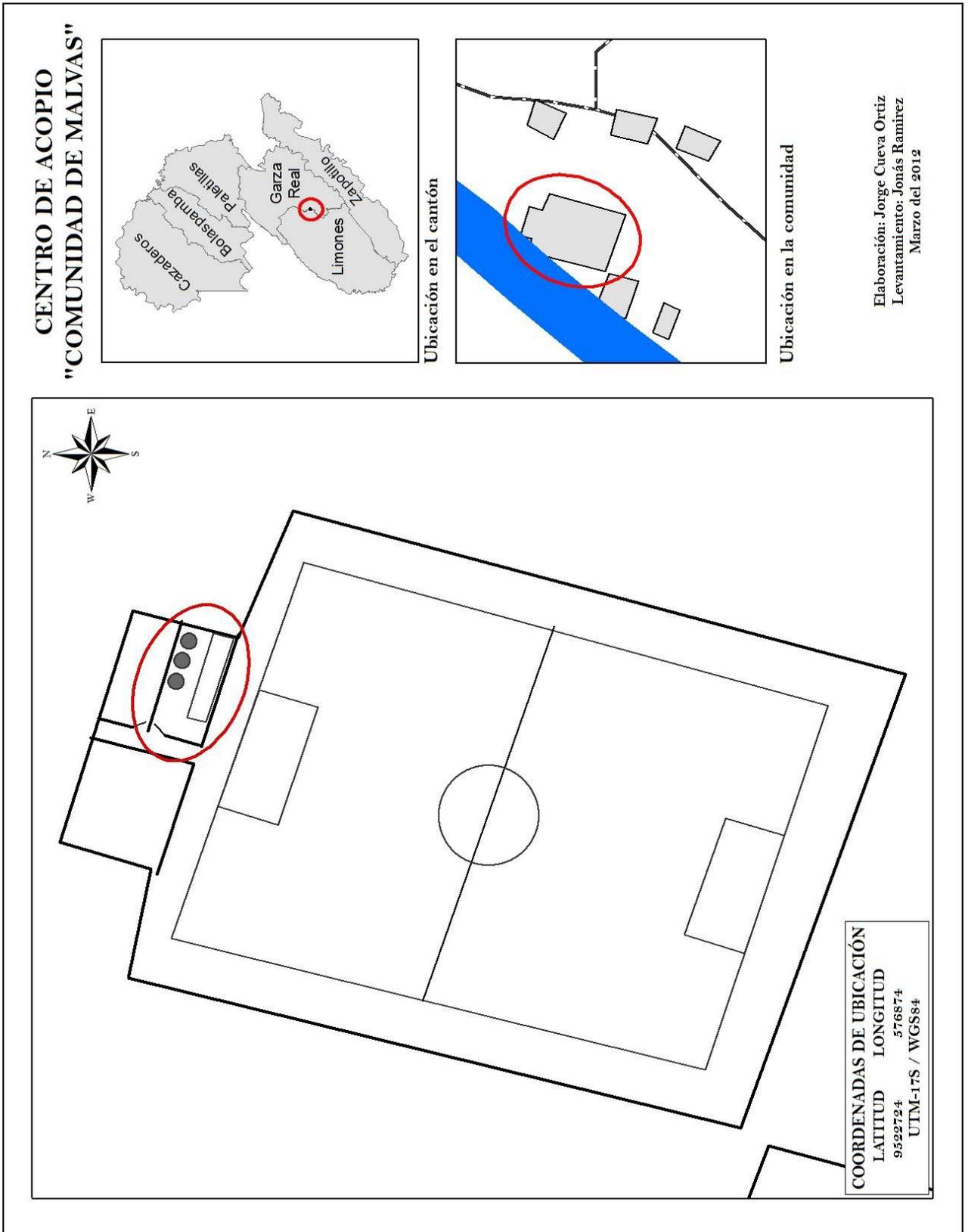
Anexo 1. Mapa de ubicación de parcelas para medir producción y regeneración.
Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo Santo 2014.

*Código por confirmar

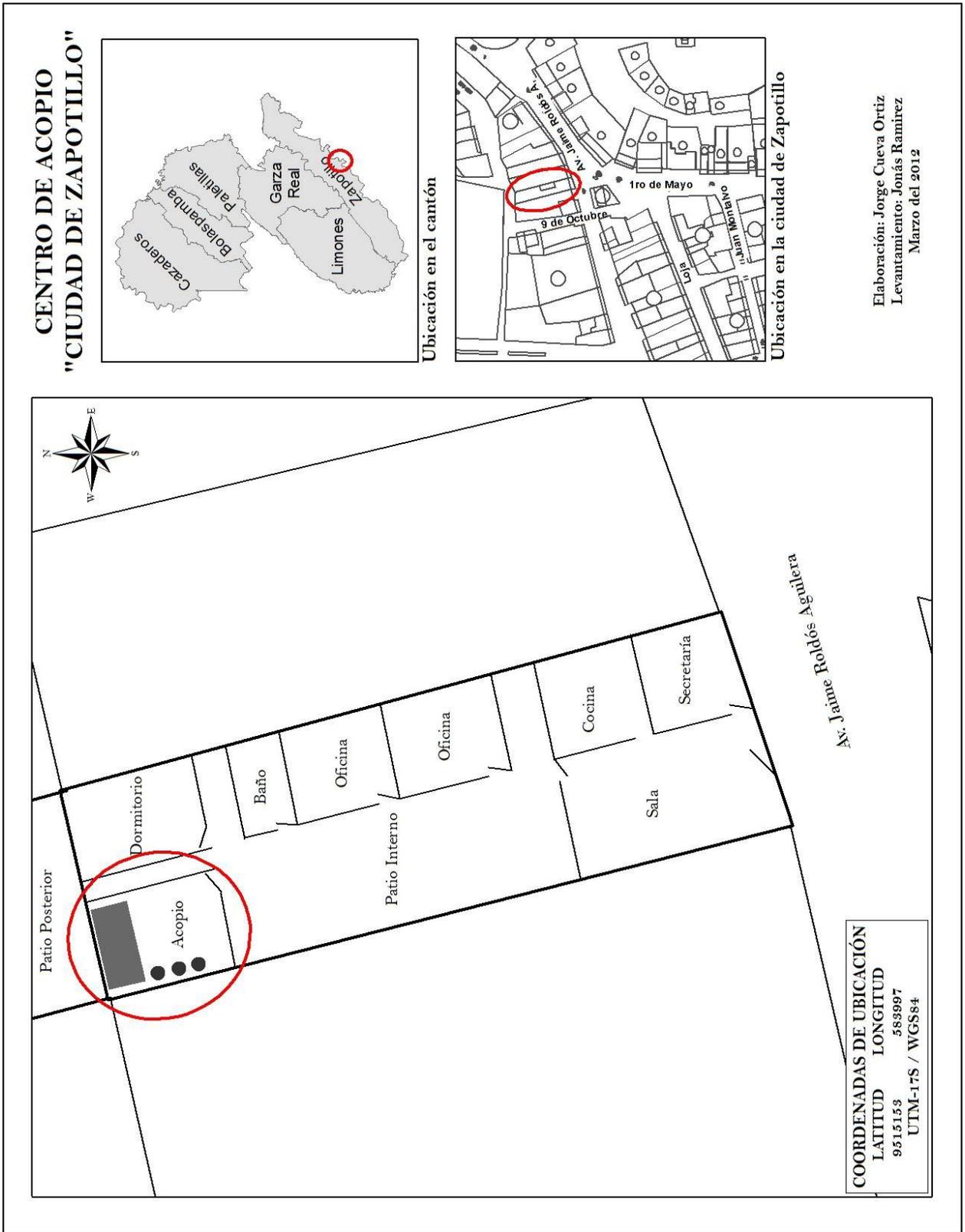
PROYECTO PALO SANTO			
NATURALEZA Y CULTURA INTERNACIONAL - UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA			
PRODUCTO 100% ORGÁNICO			
FRUTO DE PALO SANTO			
CERTIFICADO POR ECOCERT SA.			
EC-BIO-154*			
Etiqueta No 00			
Fecha de cosecha	Fecha de envío	Cantidad enviada	Recipiente o bulto
-- / -- / ----	-- / -- / ----	--,- kg	No. -
Zona de recolección	Estado de la Fruta	Observaciones	
Zona -	Semimaduro		
Firma supervisor de campo.		Firma responsable del transporte.	
Sr. Paco Panamito		Sr. _____	
_____		_____	

Anexo 2. Etiqueta de la certificación orgánica del producto.

Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo Santo 2014



Anexo 3. Croquis y ubicación del centro de acopio de la comunidad de Malvas.
Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo santo 2014.



Anexo 4. Croquis y ubicación del centro de acopio de la ciudad de Zapotillo.
Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo Santo 2014.

Anexo 5. Registro de observaciones a cargo de los supervisores del proceso de recolección.

REGISTRO DE OBSERVACIONES A RECOLECTORES QUE INTEGRAN EL GRUPO 1

Nombre del Supervisor: Yadira Quispe

Señor supervisor. Las posibles observaciones se encuentran al final de este registro, cada una de ellas está identificada por un símbolo. Por favor usar este símbolo para registrar cada observación que se realice, considerando la persona y el día que se cometió la falta.

N°	NOMBRE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
		09-abr	11-abr	13-abr	16-abr	18-abr	20-abr	23-abr	25-abr	27-abr	30-abr	02-may	04-may	07-may	09-may	11-may	14-may	16-may	18-may	21-may	23-may
1	Angel Medina																				
2	Edita Medina																				
3	Jesús Requena																				
4	Jeferson Requena																				
5	Alejandro Alburqueque																				
6	Martha Severino																				
7	Walter Medina																				
8	Abel Requena																				
9	Eudoro Castillo																				
10	Blanca Requena																				
11	Wilar Panamito																				
12	Victoria Vera	b							x												
13	Daniel Suárez																				
14	Raquel Valdez																				
15	Vanesa Guerrero																				
16	Wilder Quishpe																				
17	Viviana Pazmiño																				
18	Edi Panamito																				
19	Blanca Flores																				
20	Javier Panamito																				
21	Gladys Guerrero																				
22	Elmer Villalta																				
23	Karina Suarez																				
24	Cecilia Villalta																				
25	Juanita Condoy	m																			
26	Sandra Guerrero																				
27	Isabel Guerrero																				
28	Violeta Condoy																				
29	Adrian Panamito																				
30	Eduardo Vera																				
31	Roberto Vera		c																		
32	Leonidas Flores																				
33	Lenin Zapata																				
34	Deysi Guerrero																				
35	Luis Gustavo Panamito																				
36	Wilson Quishpe																				
37	Olmedo Mendoza Gutierrez																				
38	Wilfrido Mendoza																				

N°	NOMBRE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
		09-abr	11-abr	13-abr	16-abr	18-abr	20-abr	23-abr	25-abr	27-abr	30-abr	02-may	04-may	07-may	09-may	11-may	14-may	16-may	18-may	21-may	23-may
39	Carlos Mendoza																				
40	Alejandro Mendoza																				
41	Lizardo Valdivieso				x x																
42	Janeth Valdivieso				x x																
43	Orlidan Sarango																				
44	Robert Sarango																				
45	José Román Sarango																				
46	Vanessa Valdivieso				x x																
47	Wilfredo Valdivieso				x x																
48	Jimy Mendoza																				
49	Yodán Zapata																				
50	Mavel Galvez																				
51	Ruperto Zapata																				
52	María Zapata																				
53	Walter Zapata																				
54	Enma Zapata																				
55	Francisco Dumani Peña Zapata																				
56	María Fany Zapata Castro																				
57	Cristian Franco Peña Zapata	x																			
58	Carmen Peña Zapata																				
59	Ever Fernando Sarango Peña																				
60	Alex Lizandro Sarango Peña																				
61	José Carlos Castillo Requena																				
62	Nely Medina																				

Símbolos que se debe usar para el registro de observaciones

x	Rama quebrada
•	Fruto en mal estado
o	Fruto sin guato
∅	Fruto en grupo
M	Mal comportamiento
C	Contaminación de fruto
≠	Recolección en otra zona
b	Bolsos no permitido
s	Bolsos sucios
r	Daño a regeneración

CRONOGRAMA Y REGISTRO DE ASEO DIARIO

DEL CENTRO DE ACOPIO MALVAS

DÍA		FECHA *	RESPONSABLE	OBSERVACIONES	FIRMA
1	Lunes	31/03/2014			
2	Martes	01/04/2014			
3	Miércoles	02/04/2014			
4	Jueves	03/04/2014			
5	Viernes	04/04/2014			

6	Domingo	06/04/2014			
7	Lunes	07/04/2014			
8	Martes	08/04/2014			
9	Miércoles	09/04/2014			
10	Jueves	10/04/2014			
11	Viernes	11/04/2014			

12	Domingo	13/04/2014			
13	Lunes	14/04/2014			
14	Martes	15/04/2014			
15	Miércoles	16/04/2014			
16	Jueves	17/04/2014			
17	Viernes	18/04/2014			

*Fechas no confirmadas

Anexo 6. Registro de aseo diario del centro de acopio de Malvas y Zapotillo.

Fuente: Plan de Aprovechamiento de Palo Santo 2014.

REGISTRO DE SUPERVISIÓN Y PESADO DE LA FRUTA DE PALO SANTO

Fecha:							
Supervisor :	Sr. Paco Panamito						
Grupo N°	Pareja	Nombre de recolectores	Sector de recolección	Cantidad de fruta	Se acepta la fruta	Observaciones	Firma

Anexo 7. Registro de recolección diaria del fruto.

Fuente: Plan de Aprovechamiento de Palo Santo 2014.

HOJA DE REGISTRO DE ENVIO DIARIO DE FRUTA

RUTA MALVAS - ZAPOTILLO

	FECHA	SACO 1	SACO 2	SACO 3	SACO 4	SACO 5	SACO 6	SACO 7	SACO 8	SACO 9	TOTAL	RESPONSABLE
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												

Nota: Expresar peso por saco en kg

Anexo 8. Registro de envío diario de fruta a la ciudad de Zapotillo.

Fuente: Plan de Aprovechamiento de Palo Santo 2014.



Zapotillo, 16 de marzo de 2014

PROTOCOLO PARA LA RECEPCIÓN DE FRUTA EN NCI

Considerando que la fruta de palo santo, previo a su procesamiento debe cumplir con estrictos parámetros de control de calidad, se pone en manifiesto el presente Protocolo para la Recepción de Fruta en Naturaleza y Cultura Internacional, que se debe cumplir en apego a los parámetros expresados en el Plan de Aprovechamiento y a los protocolos para la certificación orgánica.

N°	SITUACIÓN	ACCIÓN A TOMAR
1	La fruta no está semi-madura	- No se recibe el fruto
2	El fruto no tiene pedúnculo de entre 1 y 2 cm de largo	- De ser poco fruto sin pedúnculo se recibe el saco ya que este se puede romper durante el transporte y acopio. - De ser la mayor cantidad de fruto sin pedúnculo no se recibe el saco. - De tener pedúnculo más grande se envía a corregir y luego se recibe
3	El fruto no está independiente	- De ser poco fruto que se encuentra de a 2 o máx. 3 pepas por pedúnculo, se recibe - De ser la mayor cantidad con más de 3 frutos por pedúnculo se envía a corregir y luego se recibe
4	No se conoce la zona de procedencia del fruto	- Recibir y averiguar zona de procedencia antes del envío, caso contrario no se realiza el envío a la ciudad de Loja.
5	No se conoce la cantidad de fruto diaria a recibir	- Recibir y averiguar la cantidad de fruto receptada antes del envío, caso contrario no se realiza el envío a la ciudad de Loja.
6	La fruta no está en sacos de macana	- Si se observa que el fruto no tiene signos de contaminación ni daño alguno, recibir con condición a lo expresado por la UTPL. - Si se observa que el fruto ha sufrido contaminación o daño, no se recibe el saco.
7	La fruta se encuentra en proceso de secado	- No se recibe la fruta por cuanto corresponde a días anteriores de recolección y esto afecta la cantidad de aceite disponible

Atentamente,



68

Jorge Cueva Ortiz

COORDINADOR DE PROYECTO POR NCI

Anexo 9. Protocolo para la recepción de fruta de palo santo

Fuente: Plan de Aprovechamiento Palo Santo 2014.