



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA

**DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVAS DE BANANO
ORITO CON GUAYABA PARA LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL
CANTÓN RÍO VERDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS**

TUTORA:

MGS. MONICA MARGOT VILLAMAR MENDOZA

AUTORA:

MAYRA ALEJANDRA CORTEZ MEDINA

GUAYAQUIL, 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
Título y subtítulo: DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVAS DE BANANO ORITO CON GUAYABA PARA LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL CANTÓN RIO VERDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS.	
Autora: Mayra Alejandra Cortez Medina	Revisora: Mgs. Mónica Margot Villamar Mendoza Lcda.
Institución: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Facultad: Administración
Carrera: Comercio Exterior	
Fecha de publicación: 27/06/2017	N. De págs.: 151
Áreas temáticas:	
Palabras clave: Exportación, plan de exportación, buen vivir, desarrollo económico, logística, comercio justo, matriz productiva, internacionalización, alianzas estratégicas.	
Resumen: El siguiente proyecto de investigación es un estudio para el diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas donde la labor principal es la elaboración del producto antes mencionado, para ser internacionalizado hacia grandes empresas de abastecimiento de Estados Unidos, para conocer la viabilidad de crear plan para exportar las conservas, se elaboró un análisis teórico, metodológico y práctico, donde se estableció la oferta y demanda, las rutas comerciales, técnicas de la distribución física internacional, normativas de exportación en Ecuador y análisis de los costos de exportación; después de haber definido el mercado meta mediante técnicas de recolección de datos o bien referencias estadísticas, donde señala que este producto es nuevo en varios mercados pero hay una gran variedad de productos sustitutos.	
N. De registro (en base de datos):	N. De clasificación:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web): http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/exportacion-banano-guayaba.html http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17exportacion-banano-guayaba	
ADJUNTO URL (tesis en la web):	
Adjunto pdf:	Sí <input checked="" type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>
Contacto con autores/es:	Teléfono: 0939575450 mayracortezmedina92@outlook.com
Contacto en la institución:	Mgs. Ing. Darwin Ordoñez Iturralde, Decano Teléfono: 2596500 ext. 201 Decanato E-mail: dordonezi@ulvr.edu.ec MCE. Betty Aguilar de Gonzales, Directora Teléfono: 2596500 ext. 264 Email: baguilare@ulvr.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los/Las estudiantes/egresados(as) **Mayra Alejandra Cortez Medina**, declaro (amos) bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los/las suscritos(as) y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de elaborar el **“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas.”**

Autora:

Mayra Alejandra Cortez Medina
C.I. 0930687124

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación **Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “**Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas**”, presentado por la estudiante como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación

Firma:

Mgs. Mónica Margot Villamar Mendoza Lcda.
C.I. 0916123029

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme las fuerzas y la perseverancia necesaria para llevar a cabo la culminación de mis estudios universitarios y este trabajo de titulación, en segundo lugar a mi familia en especial a mi madre por ser el motor alentador en cada momento de mi carrera universitaria y por último a mis hermanos y amigos por su constante apoyo incondicional en cada instante, infinita y eternamente agradecida con todos.

DEDICATORÍA

Dedico el presente trabajo de titulación a mi madre María Hermila Medina Quiñonez, por entregarme su apoyo incondicional y transmitir en cada momento de mi vida esa fortaleza, perseverancia y sabios consejos, a toda mi familia por estar pendiente de cada paso en mi vida como estudiante y profesional, también quiero dedicar este trabajo a mi mejor amiga la Ing. Marielena Pazmiño Tenecela gracias por estar ahí siempre por aguantar mi genio y muchas cosas más, tu más que nadie sabes cuánto hemos pasado para lograr este sueño, que para nosotras es una meta y un peldaño para alcanzar el éxito en nuestra vida tanto personal como profesional.

RESUMEN

El siguiente proyecto de investigación es un estudio para el diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas donde la labor principal es la elaboración del producto antes mencionado, para ser internacionalizado hacia grandes empresas de abastecimiento de Estados Unidos, para conocer la viabilidad de crear un plan para exportar las conservas, se elaboró un análisis teórico, metodológico y práctico, donde se estableció la oferta y demanda, las rutas comerciales, técnicas de la distribución física internacional, normativas de exportación en Ecuador y análisis de los costos de exportación; después de haber definido el mercado meta mediante técnicas de recolección de datos o bien referencias estadísticas, donde señala que este producto es nuevo en varios mercados pero hay una gran variedad de productos sustitutos. Se puede elaborar una promoción para dar a conocer el producto en diversos mercados, dentro de una cultura que va hacia lo natural y el consumo de alimentos nutritivos. Para finalizar la rentabilidad del proyecto se presentó un análisis de los costos que influyen en la exportación del producto que van desde la producción hasta la venta final tomando en consideración que el termino de negociación a ser empleado FOB, en donde la responsabilidad como vendedor de los productores será colocar la mercadería en la borda del buque sin tener entre sus obligaciones que contratar el flete principal y el aseguramiento de la mercadería as ser exportada, para finalizar el estudio económico dio como resultado una inversión de \$ 58.230,81 donde se puede solicitar el financiamiento a la Corporación Financiera Nacional aproximadamente del 70% del valor a invertir cuya cifra es de \$ 40.761,57 además se considera viable la inversión con una Tasa Mínima Atractiva de Retorno de 10,37% , un Valor Actual Neto de \$ 276.542,33 y una Tasa Interna de Retorno de 166.07%.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	IV
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORÍA	VI
RESUMEN	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
ÍNDICE DE ANEXOS	XVI
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo I Diseño de la Investigación.....	2
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.1.1 Formulación de problema	3
1.1.2. Sistematización del problema.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Justificación de la investigación	5
1.5. Delimitación o Alcance de la investigación	6
1.5.1. Delimitación	6
1.5.2. Alcance	7
1.5.3. Limitación.....	7
1.5.3.1. Delimitación	7
1.6. Hipótesis de la investigación	7
1.7. Variables de la Investigación.....	7
1.7.1. Variable Dependiente	7
1.7.2. Variable Independiente.....	7

Capítulo II Marco Teórico.....	8
2.1. Marco referencial.....	8
2.1.1. Antecedentes.....	8
2.1.2. Tendencias de la industria de conservas en el Ecuador.....	9
2.1.3. Mercados potenciales para Ecuador	12
2.2. Marco Teórico	13
2.2.1. Situación actual del comercio internacional en el Mundo.....	13
2.2.2. Importancia del comercio internacional.	14
2.2.3. Teorías del Comercio Internacional.	15
2.2.3.1. Las ventajas absolutas según Adam Smith.....	15
2.2.3.2. Teoría de Heckscher-Ohlin.....	16
2.2.3.3. Teoría de la Ventaja Comparativa	16
2.2.3.4. Teoría de la Demanda Recíproca.....	17
2.2.4. Distribución Física Internacional.....	17
2.2.4.1. Etapas de la distribución física internacional	18
2.2.4.1.1. Análisis de la carga a transportar.....	18
2.2.4.1.2. Preparación del empaque y el embalaje	19
2.2.4.1.3. Selección del modo de transporte	19
2.2.4.1.4. Costos	20
2.2.4.1.5. Documentación.....	20
2.2.5. Análisis del Mercado Internacional	21
2.2.5.1. Ecuador y el mundo.....	21
2.2.5.2. Principales países importadores de conservas (posibles mercados).....	21
2.2.5.3. Principales países Sudamericanos exportadores de conservas.....	22
2.2.6. Estados Unidos	22
2.2.6.1. Aspectos generales	22
2.2.6.2. Acuerdos Comerciales suscritos.....	23
2.2.6.3. Comercio Exterior	24
2.2.6.3.1. Principales productos exportados y sus destinos.....	24
2.2.6.3.2. Principales productos importados por Estados Unidos y sus países proveedores. 26	
2.2.6.3.3. Principales productos importados desde Ecuador	27
2.2.6.3.4. Principales productos exportados por Ecuador hacia Estados Unidos.....	28
2.2.6.4. Oportunidades Comerciales	29

2.2.7.	Acuerdos Comerciales del Ecuador.	29
2.2.8.	Situación actual de las exportaciones en el Ecuador.	33
2.2.8.1.	Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador.	34
2.2.8.2.	Exportación de productos artesanales en el Ecuador.	34
2.2.9.	Estrategias de exportación.	35
2.2.10.	Barreras arancelarias y no arancelarias.	36
2.2.11.	Incoterms 2010.	37
2.2.12.	Documentos de exportación.	39
2.2.13.	Logística internacional.	40
2.2.13.1.	Funciones de la logística internacional.	41
2.2.13.2.	Importancia de la logística internacional.	41
2.2.13.3.	Logística de aprovisionamiento.	42
2.2.13.4.	Logística de distribución.	42
2.2.13.5.	Logística en reversa o inversa.	43
2.2.13.6.	Empaque, envase y embalaje.	43
2.3.	Marco Conceptual.	44
2.4.	Marco Legal.	47
2.4.1.	Constitución del Ecuador.	47
2.4.2.	Ley de Régimen tributario interno.	48
2.4.3.	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.	48
2.4.4.	Plan del Nacional del Buen Vivir.	48
2.4.5.	Ministerio de Salud Pública.	49
2.4.6.	Ministerio de Comercio Exterior.	49
2.4.7.	Pro Ecuador.	51
2.4.8.	Organización Mundial de la Salud - Codex Alimentarius.	51
2.4.9.	Instituto Ecuatoriano de Normalización.	52
2.4.10.	Ministerio de Industrias y Productividad.	52
	Capítulo III Metodología de la Investigación.	53
3.1.	Tipo de estudio.	53
3.2.	Método de investigación.	53
3.3.	Técnicas e instrumentos.	53
3.3.1.	Encuesta.	53
3.3.1.1.	Ficha de Encuesta.	53

3.3.2. Procesamiento de datos	54
3.4. Población y Muestra	54
3.5. Interpretación de los resultados	56
3.6. Análisis de los resultados	70
3.7. Encuesta a los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas.	71
3.7.1. Población y Muestra	71
3.8. Interpretación de los resultados	72
3.9. Análisis de los resultados.....	82
Capítulo IV	84
Propuesta	84
4.1. Justificación de la propuesta.....	84
4.2. Desarrollo de la Propuesta.....	86
4.3. Contenido del Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas.	87
4.4. Requisitos para ser exportador ante El Servicio de Aduana del Ecuador	88
4.5. Requerimientos para la obtención del Certificado de Firma Digital o Token.....	88
4.6. Requerimientos para el registro de exportador en el Sistema Ecuapass.....	91
4.7. Trámite para la Declaración Juramentada de Origen.	92
4.8. Aspectos para la exportación.....	94
4.8.1. Producto.....	94
4.8.2. Descripción del producto.....	95
4.8.2.1. Conserva de banano orito con guayaba	95
4.8.2.2. Ingredientes del producto	95
4.8.3. Plaza	96
4.8.4. Precio	96
4.8.5. Promoción.....	97
4.8.6. Clasificación arancelaria del producto	97
4.8.7. Clasificación arancelaria en Estados Unidos.....	98
4.9. Requisitos para ingresar al mercado de destino “FDA”	98
4.10. Término de negociación (Incoterms).....	99
4.11. Forma de pago	100
4.12. Cadena de valor	100

4.13. Análisis FODA	101
4.14. Aplicación de las teorías del comercio internacional	103
4.14.1. Las ventajas absolutas según Adam Smith.....	103
4.15. Comercialización del producto	103
4.16. Logística	104
4.16.1. Envase.....	104
4.16.2. Embalaje	105
4.16.3. Unitarización de la Carga	106
4.16.4. Tiempo de tránsito desde el puerto de Guayaquil	108
4.17. Proceso de Exportación ante el SENA.....	109
4.18. Operación de Exportación	110
4.19. Análisis de los costos y gastos para la exportación	112
4.19.1. Costos totales de producción de la conserva de banano orito con guayaba	112
4.19.1.1 Costo unitario de la conserva de banano orito.....	112
4.19.2. Gastos totales de exportación.	113
4.20. Precio de venta para la exportación proyectado a 5 años.	114
4.21. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años en miles de dólares.	115
4.22. Flujo de caja proyectado a 5 años.....	116
4.23. TMAR, TIR y VAN	117
4.24. Punto de equilibrio	117
CONCLUSIONES	119
RECOMENDACIONES.....	120
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Exportaciones de la Industria de Conservas y Procesamiento de frutas a nivel Sudamericano del año 2011 al 2015, millones de dólares.	10
Tabla 2. Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador – miles USD FOB-2015.....	12
Tabla 3. Acuerdos Comerciales del Ecuador	29
Tabla 4. Tamaño de la muestra	55
Tabla 5. Importaciones de productos alimenticios desde Ecuador	56
Tabla 6. Importaciones de conservas de fruta	57
Tabla 7. Países proveedores de conservas de frutas.....	58
Tabla 8. Idea de importar conserva de banano orito con guayaba de Ecuador	59
Tabla 9. Cantidad de frascos a ser importados semestrales en miles.....	60
Tabla 10. Uso de contratos de compra venta internacional en importaciones.....	61
Tabla 11. Término de Negociación en las importaciones.....	62
Tabla 12. Formas de pago.....	63
Tabla 13. Nivel de precio de venta al público por unidad.....	64
Tabla 14. Productos similares a la conserva de banano orito con guayaba que se comercializan en Estados Unidos.....	65
Tabla 15. Marcas de conservas que tienen mayor acogida en Estados Unidos.....	66
Tabla 16. Lugares de comercialización de productos alimenticios.....	67
Tabla 17. Recibir información de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.	68
Tabla 18. Tipo de información que desea recibir de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.....	69
Tabla 19. Tamaño de la muestra	72
Tabla 20. Movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba.....	72
Tabla 21. Idea de exportar la producción artesanal.....	73
Tabla 22. Aceptación de la conserva de banano orito con guayaba	74
Tabla 23. Idea de que la conserva de banano orito con guayaba sea reconocida en el extranjero	75
Tabla 24. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos artesanales ...	76
Tabla 25. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida	77
Tabla 26. Parte de alguna asociación que promueva la exportación	78
Tabla 27. Ingreso mensual como productor artesana	79
Tabla 28. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de la conserva de banano orito con guayaba	80
Tabla 29. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba.....	81
Tabla 30. Documentos a presentar.....	88
Tabla 31. Aspectos generales de Miami.....	96
Tabla 32 . Clasificación Arancelaria.....	97
Tabla 33. Condiciones de la carga.....	106

Tabla 34. Líneas navieras y agentes de carga en Ecuador- Guayaquil.	108
Tabla 35. Costos totales de producción en miles de dólares proyectados a 5 años....	112
Tabla 36. Costo unitario proyectado a 5 años.....	112
Tabla 37. Gastos de exportación proyectados a 5 años en miles de dólares.....	113
Tabla 38. Precio de venta para la exportación por frasco de conservas	114
Tabla 39. Estado de pérdidas y ganancias proyectado a 5 años.....	115
Tabla 40. Flujo de caja proyectado a 5 años en miles de dólares.....	116
Tabla 41. Indicadores Financieros en miles de dólares.....	117
Tabla 42. Punto de equilibrio en miles de dólares	117

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Exportaciones de la Industria de Conservas y Procesamiento de frutas a nivel Sudamericano del año 2011 al 2015, millones de dólares.	10
Figura 2. Distribución Física Internacional	18
Figura 3. Participación de los países importadores de conservas	21
Figura 4. Principales países Sudamericanos exportadores de conservas	22
Figura 5. Indicadores	22
Figura 6. Evolución de las exportaciones no petroleras de Estados Unidos	24
Figura 7. Principales destinos de las exportaciones de Estados Unidos	25
Figura 8. Principales destinos de las exportaciones de Estados Unidos	25
Figura 9. Evolución de las importaciones no petroleras de Estados Unidos.....	26
Figura 10. Principales proveedores de las importaciones de Estados Unidos	26
Figura 11. Principales proveedores de las importaciones de Estados Unidos	27
Figura 12. Balanza Comercial No Petrolera Ecuador - Estados Unidos.....	28
Figura 13. Principales productos exportados por Ecuador hacia Estados Unidos	28
Figura 14. Incoterms 2010	37
Figura 15. Importaciones de productos alimenticios desde Ecuador.	56
Figura 16. Importaciones de conservas de frutas ecuatorianas.	57
Figura 17. Países exportadores de conservas de frutas.....	58
Figura 18. Idea de importar conserva de banano orito con guayaba ecuatoriana.....	59
Figura 19. Cantidad de frascos a ser importados semestrales en miles.	60
Figura 20. Uso de contratos de compra venta internacional en importaciones.....	61
Figura 21. Término de Negociación en las importaciones.....	62
Figura 22. Formas de pago.	63
Figura 23. Nivel de precio de venta al público por unidad	64
Figura 24. Productos sustitutos conserva de banano orito con guayaba que se comercializan en Estados Unidos.....	65
Figura 25. Marcas de conservas que tienen mayor acogida en Estados Unidos.....	66
Figura 26. Lugares de comercialización de productos alimenticios.	67
Figura 27. Recibir información de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.	68
Figura 28. Tipo de información que desea recibir de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.....	69
Figura 29. Movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba	73
Figura 30 . Idea de exportar la producción artesanal.....	74
Figura 31. Aceptación de la conserva de banano orito con guayaba	75
Figura 32. Idea de que la conserva de banano orito con guayaba sea reconocida en el extranjero	76
Figura 33. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos artesanales..	77
Figura 34. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida.....	78
Figura 35. Parte de alguna asociación que promueva la exportación	79

Figura 36. Ingreso mensual como productor artesana	80
Figura 37. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de la conserva de banano orito con guayaba	81
Figura 38. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba.....	82
Figura 39. Imagen dispositivo Token.....	90
Figura 40. Portal web Ecuapass	91
Figura 41. Ventanilla Única Ecuapass.....	92
Figura 42. Notificación de envío DJO.....	93
Figura 43. Producto terminado	94
Figura 44. Conserva de banano orito con guayaba	95
Figura 45. Banano orito y guayaba.....	95
Figura 46. Sistema arancelario de Estados Unidos	98
Figura 47 . Requerimientos de los Estados Unidos. FDA Alimentos y Bebidas	99
Figura 48. Término de negociación Free on Board	100
Figura 49. Cadena de Valor.....	101
Figura 50. Análisis FODA.....	102
Figura 51. Canal de comercialización directo.....	103
Figura 52. Ubicación geográfica Port Everglades	104
Figura 53. Envase	105
Figura 54. Embalaje	105
Figura 55. Pictogramas de cajas.....	106
Figura 56 . Pallet.....	106
Figura 57. Ejemplo de Unitarización.....	107
Figura 58. Contenedor de 40”HC reefer	107
Figura 59 . Proceso para exportar ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador	109
Figura 60. Flujograma para la exportación de conservas de banano orito con guayaba.	110
Figura 61. Punto de Equilibrio.....	118

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Factura Comercial de Exportación	125
Anexo 2.Packing List.....	126
Anexo 3 . Autorizaciones previas a la exportación.....	127
Anexo 4. Conocimiento de Embarque	129
Anexo 5. Ficha de Encuesta	130
Anexo 6. Encuesta dirigida a los productores.....	134

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto recopila la información necesaria para el cumplimiento del diseño del plan de exportación, los productores artesanales del cantón Río verde de la provincia de Esmeraldas forman parte del recinto El Alto, en este sitio se ofrece una gran variedad de productos a base de coco, caña de azúcar, guayaba, miel de abeja entre otras materias primas que cultivan en la zona siendo las conservas de banano orito con guayaba las más apetecidas por los consumidores, con la finalidad de motivar a sus habitantes a impulsar la exportación de sus productos hacia mercados internacionales en busca del desarrollo económico para el cantón.

En el capítulo 1 se detalla el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos y la justificación de la presente investigación.

En el capítulo 2 “Marco Teórico” se refiere a los antecedentes de la investigación, la base fundamental científica para el posterior desarrollo de la propuesta, un análisis del mercado internacional al cual se pretende exportar las conservas de banano orito con guayaba y el detalle de los requisitos necesarios para realizar la exportación.

En el capítulo 3 “Metodología de la Investigación”, en este capítulo se realizó un análisis mediante la recopilación de datos a través de una encuesta realizada a los productores artesanales del cantón Río verde de la provincia de Esmeraldas sitio El Alto para conocer la capacidad exportable de los mismos y una encuesta dirigida a las empresas importadoras de productos alimenticios en el país de destino Estados Unidos- Miami.

“La Propuesta del Plan de Exportación” se encuentra en el capítulo 4, definiendo los objetivos y justificación de la propuesta, descripción del producto a ser exportado la viabilidad y factibilidad de la propuesta, detallando el proceso de exportación que se debe llegar a cabo de acuerdo al término de negociación empleado. La propuesta está enfocada en indicar a los productores cuales son el conjunto de pasos y procedimientos que deben seguir para llevar a cabo la exportación definitiva de su producto, que va desde los requisitos que deben cumplir como exportadores tanto a nivel nacional e internacional hasta los costos que generan la exportación definitiva de sus productos.

Capítulo I Diseño de la Investigación

1.1.Planteamiento del Problema

En los últimos años, las exportaciones del sector artesanal han tenido un valor representativo en la balanza comercial como rubro de exportaciones no tradicionales, este sector ha logrado su reconocimiento a nivel global por la calidad, tradición y el entorno geográfico que caracteriza a sus productos.

A nivel nacional según la cifras del Ministerio de Comercio Exterior, los productos que prevalecieron en las exportaciones tradicionales fueron el banano fresco, el camarón congelado, el langostino, las conservas de pescado, el atún, las rosas y cacao en grano. El incremento de las exportaciones de banano fresco hacia países como Italia (de 68.000 a 83.000 toneladas en el primer trimestre del año 2014) logró aumentar el superávit de la balanza comercial no petrolera de 12 a 37 millones de dólares. Sin embargo la competencia regional sigue siendo muy alta. Son Costa Rica, Brasil y Colombia los que lideran el grupo de exportadores a España para el caso específico del banano. En el año 2014 Brasil tuvo exportaciones por 88.895 toneladas que significan un crecimiento de 56% con respecto al año anterior (2013) lo que representa para el país 70.4 millones de euros.

El Ecuador estos últimos años se ha caracterizado por alcanzar transformaciones rápidas y profundas en el desarrollo económico y social de los productores, con el propósito de mejorar la economía del país a través de la internacionalización de sus productos, por ende está embarcado en un tren histórico de desarrollo e innovación, hacia el Cambio de la Matriz Productiva planteada a través de los objetivos custodiados por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

En la actualidad se busca el cambio de la Matriz Productiva, lo que no implica dejar de exportar productos primarios, sino mejorar la eficiencia y diversificar la manufactura actual, con la finalidad de mejorar la productividad y palpar una verdadera industrialización de los procesos, consolidando en el mercado actual y generando una nueva cartera de clientes que apreciarán la calidad ecuatoriana, mejorando así el déficit de la balanza comercial que tiene Ecuador en la actualidad.

El cantón Río Verde ubicado en la provincia de Esmeraldas cuenta con una gama de productores artesanales que ofrecen una gran variedad de productos realizados a base de banano, coco, panela, guayaba, verde, maíz, miel de abeja entre otras materias primas que se produce en la zona, los mismos que desean ofertar sus productos al mercado internacional.

El limitado conocimiento e información que poseen los productores artesanales sobre los procesos que deben seguir para ofertar sus productos en el mercado internacional ocasiona que haya un bajo nivel de oferentes y una baja exportación de productos no tradicionales. La capacidad de producción que poseen es alentadora para tomar como iniciativa las exportaciones al mercado internacional, para ello necesitan especializarse y conocer los procesos y procedimientos tanto a nivel nacional e internacional que implica una exportación, ya que los mismo no cuentan con el acceso a esa información por ende no han decido internacionalizar sus productos.

1.1.1 Formulación de problema

- ¿Cómo podría el desarrollo de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba contribuir al desarrollo económico de los productores artesanales del cantón Río Verde?

1.1.2. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la demanda y la ruta comercial existente para la exportación de conservas en el mercado internacional?
- ¿Cómo debería ser la cadena logística adecuada para la comercialización de conservas?
- ¿Qué procesos se deben aplicar para diseñar un plan de exportación?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Desarrollar un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba mediante un estudio de los principales factores que influyen en el comercio internacional contribuyendo al desarrollo económico de los productores artesanales del cantón Río Verde.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la demanda y las rutas comerciales existentes para la exportación de conservas hacia el mercado extranjero a través de un estudio de los aspectos técnicos de exportación obteniendo como resultado el país de destino y los distintos matices que conforman el sector exportador.
- Establecer la cadena logística adecuada para la exportación mediante la aplicación de las técnicas en la distribución física internacional vigente estableciendo los canales más sencillos y rentables para la comercialización.
- Diseñar los procesos de exportación basada en la normativa vigente de exportación ecuatoriana permitiendo una fácil aplicación e interpretación para la comercialización del producto.

1.4. Justificación de la investigación

Las exportaciones de productos no tradicionales está teniendo una gran acogida en el mercado extranjero, entre esos destinos se encuentra los países europeos miembros de la Unión Europea con el cual en la actualidad se encuentra vigente el tratado comercial multipartes, que permite la exportación de productos ecuatorianos con preferencias arancelarias hacia los países miembros de este bloque comercial y Estados Unidos que a través de la historia la producción ecuatoriana ha tenido una gran acogida , este mercado será considerado como mercado objetivo para el presente trabajo de investigación.

Actualmente el gobierno ecuatoriano se encuentra promoviendo e incentivando las exportaciones de productos no tradicionales a través de Pro Ecuador con la finalidad de incentivar las exportaciones y el cambio de la matriz productiva pasando de ser exportadores agrícolas a ser exportadores de productos industrializados. Por este antecedente es necesario proponer a los productores artesanales que se encuentran ubicados en el Cantón Río Verde de la Provincia de Esmeraldas procesos que faciliten la internacionalización de sus manufacturas.

Los productores del cantón Río Verde cuentan con una capacidad de producción considerable para ofertar sus productos en el mercado internacional y que por factores como financiamiento no han logrado llevar sus productos a otros mercados. Las conservas que estos fabrican son muy apetecidas a nivel local y según datos de Pro Ecuador los europeos son los mayores consumidores en el mundo de conservas, mermeladas, jaleas a base de frutas como son el banano, piña, mora, guayaba entre otras por lo tanto el desarrollo de un plan de exportación será efectivo al momento de buscar la internacionalización de su producción.

Para los productores conocer el proceso para la exportación servirá de mucha ayuda para ofrecer sus productos a nivel internacional, ya que los mismos cuentan y están dispuestos a acogerse a todas regulaciones existentes para alcanzar su meta a futuro de exportar sus conservas.

Es decir desde el punto de vista teórico esta investigación pretende dar a conocer a los productores artesanales del cantón Río Verde el conjunto de procesos adecuados que deben seguir para exportar la variedad de banano orito con un valor agregado en conservas con guayaba, entre esos procesos se resalta la cadena logística para cumplir con el factor principal en el comercio internacional conocido como just on time (justo a tiempo) y minimizar los costos para la exportación.

De tal manera que la investigación aporte nueva información para que los productores ecuatorianos lo apliquen a futuro en otras exportaciones de productos similares.

Finalmente, siendo los productores artesanales un grupo de atención prioritaria, es justificable que el desarrollo de un plan de exportación sea un incentivo como ejemplo para otros productores enmarcado tanto en el Plan de Buen vivir y el cambio de la Matriz productiva.

1.5. Delimitación o Alcance de la investigación

1.5.1. Delimitación

Campo: Productores artesanales del cantón Río Verde provincia de Esmeraldas

Área: Comercio Exterior

Período temporal: mayo – diciembre 2016

Marco Espacial: Río verde – Esmeraldas

1.5.2. Alcance

La investigación será realizada para los productores artesanales del recinto El Alto, Cantón Río Verde perteneciente a la Provincia de Esmeraldas.

1.5.3. Limitación

Sera decisión del interesado llevar a cabo el plan de exportación. Se propone el mercado de Estados Unidos como sugerencia para la exportación.

1.5.3.1. Delimitación

Área: Comercio Exterior

Sector: Miami, Florida

1.6. Hipótesis de la investigación

Si se desarrolla un plan exportación de conservas de banano orito con guayaba, entonces se contribuirá al desarrollo económico de los productores del cantón Río Verde.

1.7. Variables de la Investigación

1.7.1. Variable Dependiente

El desarrollo económico de los productores del cantón Río Verde.

1.7.2. Variable Independiente

Elaboración de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba.

Capítulo II Marco Teórico

2.1. Marco referencial

2.1.1. Antecedentes

El Ecuador es uno de los países de América Latina que posee una gran biodiversidad de recursos naturales para su emprendimiento productivo, durante décadas las exportaciones de materia prima y productos procesados ha sido una de las fuentes fundamentales de ingreso para sus habitantes, la cual contribuye de manera contundente a la economía del país, y actualmente es un factor que no se puede ser desapercibido y que debe ser incentivado de manera constante.

Los recursos naturales dentro del Estado Ecuatoriano, tienen una gran representación a nivel nacional e internacional, y generan elementos valiosos para el crecimiento socioeconómico de la población, estos pueden ser renovables como las plantas, animales o el agua; no renovables como minerales, metales o el petróleo; o inagotables en el tiempo ecológico como la energía de las olas del mar, el viento y la luz solar.

La exportación de materia prima, se observa de manera recurrente ya que ninguna nación en la actualidad es autosuficiente, y cada una necesita de elementos que ayuden en la elaboración de sus productos procesados. Las provincias del Ecuador se destacan por generar frutas que son exportadas a diferentes mercados del mundo y tienen buena aceptación y reconocimiento por su sabor, textura y bondades nutricionales.

La provincia de Esmeraldas se ha caracterizado por tener una gran variedad de frutas en su oferta de producción, con grandes características agronómicas, entre estas destacamos en la presente investigación el banano orito y la guayaba que es consumido por los habitantes del sitio El Alto, Cantón Río Verde, Provincia de Esmeraldas, incentivando en la actualidad el cambio de la matriz productiva, dinamizando la economía de este sector.

Los productores artesanales, han elaborado conservas de banano orito con guayaba el cual es vendido a nivel local, al conocer la gran acogida de este producto por su sabor y la forma de producción del mismo. La producción de conservas se ha desarrollado a lo largo de estos años de manera artesanal con mano de obra de los habitantes de esta provincia, empezó con un pasatiempo y fuente de ingreso extra y en la actualidad se ha convertido en fuentes de trabajo de diversos talleres ubicados en la región.

2.1.2. Tendencias de la industria de conservas en el Ecuador.

La industria de conservas y procesamiento de frutas y forma parte esencial del sector agroindustrial del país. Ecuador cuenta con una riqueza agrícola que ofrece muchas ventajas para el desarrollo de la cadena productiva a gran escala para este sector ya que el país dispone de una gran variedad de tipos de suelo para los diferentes cultivos así como de diversos climas aptos para todo tipo de agricultura en cuanto a las exportaciones el mercado regional se expande y es una opción atractiva para la colocación de productos de origen ecuatoriano. (Díaz, 2014)

La industria de las conservas forma parte primordial en el sector agroindustrial del Ecuador, ya que el país posee una gran riqueza agrícola se lo ve como uno de los pilares fundamentales de la economía, por lo que siempre se intenta dar a conocer esta producción hacia el mercado internacional; la tendencia de exportación de la industria de la conserva está en constante evolución, a pesar de la competencia años tras año ha tenido un aumento considerable esto se debe a las favorables condiciones climáticas que posee las cuatros regiones que componen al país ecuatoriano permitiendo la producción óptima de las frutas bases para la elaboración de conservas.

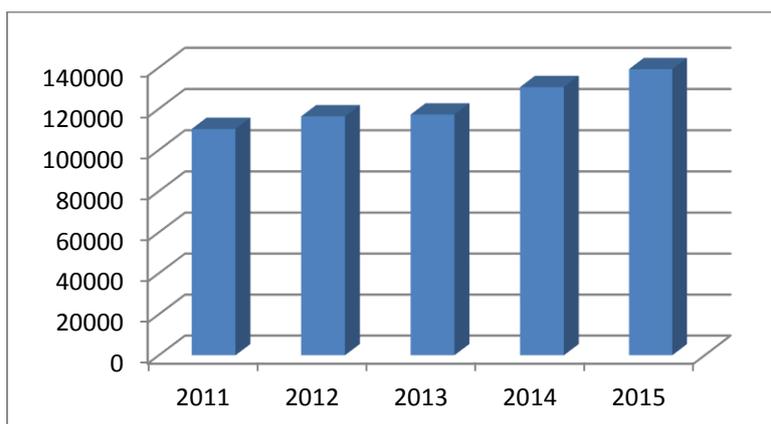
Tabla 1. Exportaciones de la Industria de Conservas y Procesamiento de frutas a nivel Sudamericano del año 2011 al 2015, millones de dólares.

Años	Valor	Crecimiento
2011	\$ 110,234	100,00%
2012	\$ 116,308	105,51%
2013	\$ 117,225	106,34%
2014	\$ 130,537	118,42%
2015	\$ 139,219	126,29%

Fuente: (Trade Map, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 1. Exportaciones de la Industria de Conservas y Procesamiento de frutas a nivel Sudamericano del año 2011 al 2015, millones de dólares.



Fuente: (Trade Map, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

La tendencia de exportaciones de la industria de conservas y procesamiento de frutas a nivel Sudamericano, refleja un crecimiento significativo al año 2015 del 26,29% desde el año 2011, según los datos recogidos del Trade Map en el cual otorga las estadísticas de comercio y negociaciones internacionales.

2.1.3. Mercados potenciales para Ecuador

Los productores artesanales tienen una gran gama de mercados a los que pueden ser destinados sus productos. Según datos encontrados en la página web del Banco Central del Ecuador los principales destinos de las exportaciones no Petroleras son los presentados en la siguiente tabla, en la cual se puede observar que Estados Unidos, Colombia, Vietnam y Rusia se encuentran entre los 4 principales lugares de destino de exportación, con una participación considerable por parte de Estados Unidos. Los valores FOB son base de las exportaciones de banano, camarón, flores entre otros rubros no petroleros del año 2015.

Tabla 2. Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador – miles USD FOB-2015

País	Monto	Participación
Estados Unidos	\$ 2.582,579	26,58%
Colombia	\$ 656,711	6,76%
Vietnam	\$ 605,502	6,23%
Rusia	\$ 587,679	6,05%
China	\$ 476,005	4,90%
Alemania	\$ 457,228	4,71%
España	\$ 425,704	4,38%
Países Bajos	\$ 364,545	3,75%
Italia	\$ 276,936	2,85%
Venezuela	\$ 249,773	2,57%
Francia	\$ 229,513	2,36%
Perú	\$ 213,152	2,19%
Chile	\$ 209,840	2,16%
Turquía	\$ 188,338	1,94%
Bélgica	\$ 184,348	1,90%
Argentina	\$ 176,562	1,82%
Japón	\$ 157,460	1,62%
Reino Unido	\$ 143,364	1,48%
México	\$ 126,878	1,31%
Brasil	\$ 97,564	1,00%
Demás Países	\$ 1.307,648	13,46%
Total	\$ 9.717,329	100,00%

Fuente: (Trade Map, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Situación actual del comercio internacional en el Mundo.

En la actual economía mundial interconectada, los esfuerzos por simplificar, agilizar y coordinar los procedimientos comerciales y también por seguir liberalizando las políticas comerciales- propiciarán la expansión del comercio mundial y ayudarán a los países a integrarse en un sistema de producción cada vez más globalizado, en lugar de quedarse al margen de ese comercio. En el Informe sobre el Comercio Mundial 2015 se analiza por qué es importante el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC), cuáles serán sus repercusiones económicas y de qué forma la OMC adopta varias medidas importantes y novedosas para ayudar a los países a aprovechar al máximo las ventajas de ese Acuerdo. (OMC, 2015)

El comercio internacional en el mundo se ha facilitado en gran medida, reduciendo así los costos que este conlleva, en la actual economía mundial los esfuerzos de agilización y coordinación se integran a través de los acuerdos de facilitación del comercio; en el cual el Ecuador debe aprovechar esta situación actual para poder proyectar sus productos artesanales en el exterior, aprovechando las facilidades para exportar actualmente establecidas.

Casi siete años después de la crisis financiera mundial, la economía sigue teniendo dificultades para despegar. El comercio internacional ha sufrido también el mismo estancamiento. Esas perspectivas han provocado un debate más amplio sobre si la pérdida de dinamismo del comercio se debe a causas más estructurales que puramente cíclicas y es, por consiguiente, premonitoria de su comportamiento futuro. En el Informe sobre el Comercio Mundial 2013 se examinaron los principales factores que determinan la evolución del comercio y se estableció que los costos comerciales eran uno de esos factores determinantes. Debido al papel fundamental que desempeñan los costos del comercio, cualquier reducción significativa de esos costos no solo aligerará el lastre que frena actualmente

la economía mundial, sino que también podrá mejorar la evolución futura de esa economía. (OMC, 2015)

El comercio internacional ha sufrido varios tropiezos después de la crisis económica del 2008, el cual ha hecho que perdiera un dinamismo importante en los últimos tiempos; se han examinado varios factores que determinan la evolución de las negociaciones internacionales entre estos están los costos tecnológicos y naturales que deben ser aprovechados por cada uno de los países.

2.2.2. Importancia del comercio internacional.

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy día para el logro del desarrollo integral de las naciones. No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas. Las condiciones climatológicas propias de cada nación la hacen intercambiar con zonas donde producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a sus ves ellos producen mejor. (Salazar, 2013)

La Globalización de los mercados hace que el mundo sea comercialmente un terreno bastante acotado, en el cual se consume productos de todas partes del mundo; inicialmente en la época de la colonización de América, se exportaban materias primas desde el nuevo continente hacia los países Europeos, y éstos posteriormente enviaban los productos manufacturados, realizándose un intercambio que llevaba el nombre justamente de comercio internacional, y donde el transporte era tratado como la base de todas las operaciones mercantiles.

En la actualidad el transporte ya es solo una herramienta dentro de la logística en la internacionalización de los mercados. Existen distintas regiones de comercio que fueron establecidas con el crecimiento de las redes de intercambio mundiales, tratando criterios comunes al momento de establecer precios y fijar distintas formas de control de producción, por lo que a las decisiones económicas suelen acompañarse distintas políticas internacionales, mediante la firma de acuerdos y tratados de comercio.

Los tratados y acuerdos comerciales toman una vital importancia a la hora de establecer relaciones bilaterales y multilaterales entre países, ya que son un elemento muy significativo para que en las naciones se faciliten sus importaciones y exportaciones. Gracias a estos acuerdos muchos países han logrado una ventaja competitiva lo cual les ha permitido ser eficientes en la estabilidad de sus economías.

El comercio Internacional tiene una gran importancia en la economía global ya que los Estados no pueden ser autosuficientes por sí mismos, por lo que siempre necesitan el intercambio de productos para el buen desenvolvimiento de sus economías, esto significa que las exportaciones de productos primarios e industrializados forma parte de un factor de suma importancia en la economía de un país.

2.2.3. Teorías del Comercio Internacional.

2.2.3.1. Las ventajas absolutas según Adam Smith.

El economista Adam Smith, en su libro la Riqueza de las Naciones (1776), describió las bases del beneficio del comercio entre países. En resumidas cuentas, estableció que un país posee Ventajas Absolutas (VA) sobre otra nación, en la producción de un bien, cuando es más eficiente el proceso productivo. En otras palabras, para lograr la eficiencia, se requiere que dicho país necesite menos cantidad de recursos por unidad para la producción que la otra nación. (Izaguirre, 2014)

Las naciones deben especializarse en la producción de mercancías en las que posea Ventaja Absoluta para poder ser intercambiadas por bienes producidos en otros países, con la finalidad de que los gobiernos intervinientes en la negociación internacional se beneficien a través del comercio mutuo.

2.2.3.2. Teoría de Heckscher-Ohlin

El pensamiento del liberalismo económico en materia de comercio exterior es estructurado por los suecos Eli Filip Heckscher y Ohlin y posteriormente por el estadounidense Paul Samuelson. Retomando los principios del valor de la fuerza de trabajo Heckscher como Ohlin (H-O convencionalmente) añaden el factor capital como elemento determinante para la productividad de los países y su consecuente intercambio. (Helpman, 2014)

La teoría de Heckscher- Ohlin ha ejercido una notable influencia en la economía mundial, porque establece que la principal fuente de productividad de un país es contar con todos los recursos naturales, humanos y financieros para lograr el intercambio y comercio justo entre dos o más naciones.

2.2.3.3. Teoría de la Ventaja Comparativa

David Ricardo observó que aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podría ser relativamente más eficiente que el otro en un producto determinado, a lo que denominó “principio de la ventaja comparativa”. Un país puede ser mejor que otro país en producir varios artículos pero solo debe desarrollar aquel que produce mejor. Su curva de posibilidades de producción lo determina. (Helpman, 2014)

David Ricardo da mayor exactitud al análisis de Adam Smith, al demostrar que el comercio beneficioso de manera mutua, es posible aun cuando solamente existen ventajas comparativas. El punto de partida de la explicación que da David Ricardo se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más naciones.

2.2.3.4. Teoría de la Demanda Reciproca

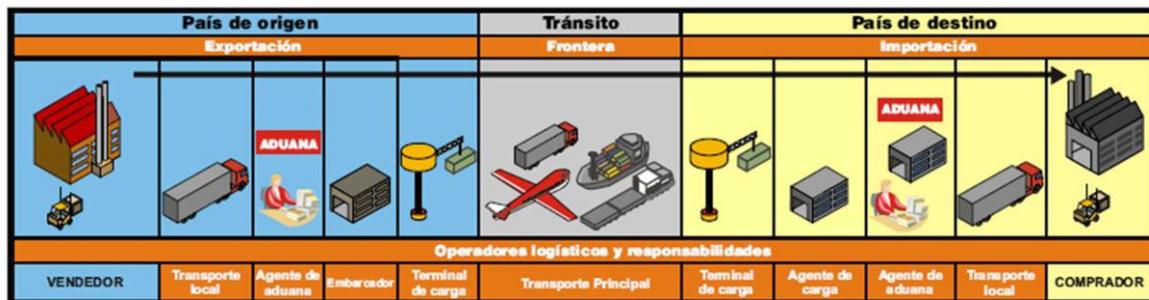
John Stuart Mill, afirma que dentro de un sistema de costos comparativos y de división internacional del trabajo, el comercio de exportación de un país se fortalecerá en la medida en que el mismo compre o importe mercancías producidas en otro. Sostiene que el éxito económico de un país reside en mantener un superávit relativo de sus exportaciones sobre sus importaciones. (Helpman, 2014)

John Stuart Mill define que en el comercio internacional existe un sistema de costos comparativos y de división internacional del trabajo, las exportaciones de un país de un país no se pueden desarrollar si no permite simultáneamente la entrada de bienes o servicio de otros países.

2.2.4. Distribución Física Internacional.

Conocida por sus siglas DFI, la distribución física internacional es el proceso logístico que desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, el costo y el riesgo que se puede generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino.

Figura 2. Distribución Física Internacional



Fuente: (Camara de Comercio de Bogotá, 2010)

Elaborado por: Cortez, Mayra

2.2.4.1. Etapas de la distribución física internacional

Las etapas de la distribución física internacional son las siguientes:

2.2.4.1.1. Análisis de la carga a transportar

Se debe tomar en consideración el tipo de carga que se desea transportar la cual puede ser:

- ✓ Suelta
- ✓ General
- ✓ Unitarizadas
- ✓ Granel

También se debe tomar en consideración la naturaleza de la carga ya que de esto depende el tipo de unidad de carga que se debe seleccionar para una adecuada transportación del producto hacia el destino final las cuales son:

- ✓ Perecedera
- ✓ Frágil
- ✓ Peligrosa
- ✓ Extradimensionada

2.2.4.1.2. Preparación del empaque y el embalaje

Esta etapa es muy importante porque de la misma depende el nivel de aceptación y el ingreso permitido del producto a ser transportado muchos países toman muy en cuenta la presentación del producto.

El empaque tiene como objetivo principal lograr un vínculo comercial permanente entre un producto y el consumidor final.

El embalaje tiene como objetivo principal proteger al producto durante el proceso logístico para que llegue a buenas manos a su destino final.

2.2.4.1.3. Selección del modo de transporte

El transporte internacional también conocido como transporte principal se encarga de cruzar las fronteras y entregar los productos en el destino final.

El modo de transporte debe ser seleccionado de acuerdo a la naturaleza y tipo de la mercadería, existen varios modos de transportar mercadería entre ellos tenemos:

Transporte aéreo: tiene como ventajas la rapidez, fiabilidad y seguridad de la carga y entre sus desventajas se encuentran los altos costos, la capacidad limitada y las restricciones para ciertos productos peligrosos.

Transporte marítimo: tiene como ventaja bajos costos, transporte en masa de grandes volúmenes, no tiene restricciones para productos peligrosos y entre sus desventajas tenemos baja velocidad, seguro y embalaje más costoso, altos riesgos de saqueo y deterioro.

Transporte terrestre: existen dos por carretera o por vías férreas ambas suelen ser informales en muchos casos y ser contratadas por agentes de carga las tarifas de las mismas son intermitentes cambian a cada momento.

2.2.4.1.4. Costos

La estructura de costos de la distribución física internacional depende mucho del término de negociación a ser empleado, por medio del cual se establecen las obligaciones y responsabilidades de las partes contratantes.

Para el término de negociación a ser empleado en la exportación se detalla a continuación los costos establecidos con más detalles en el capítulo 4.

- Costo del producto
- Utilidad del vendedor
- Cargue
- Transporte local
- Seguro local
- Documentación
- Bodegaje y embarque
- Agenciamiento aduanero
- Entrega al costado del buque
- Transbordo

2.2.4.1.5. Documentación

La documentación en la distribución física internacional hace referencia al conjunto de documentos que debe ser emitidos en origen previo al embarque de la carga entre ellos tenemos:

- ✚ Factura comercial
- ✚ Lista de empaque
- ✚ Conocimiento de embarque
- ✚ Certificado de Origen (Camara de Comercio de Bogotá, 2010)

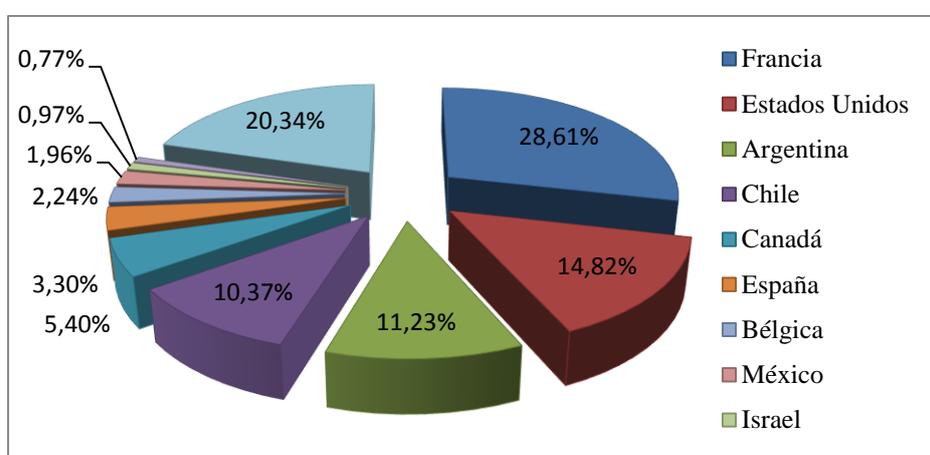
2.2.5. Análisis del Mercado Internacional

2.2.5.1. Ecuador y el mundo

Ecuador es un país que posee la suficiente riqueza en productos para competir en el mercado internacional, sin embargo para hacerlo se necesita de una mayor industrialización. El desarrollo industrial es un factor importante al momento de internacionalizar un producto.

2.2.5.2. Principales países importadores de conservas (posibles mercados).

Figura 3. Participación de los países importadores de conservas



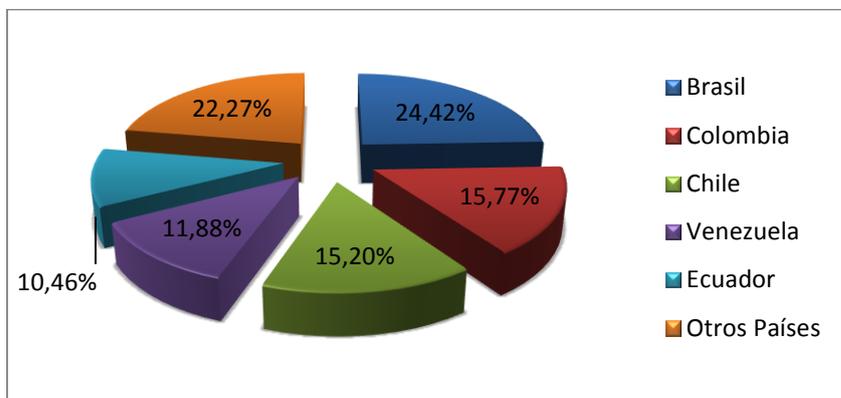
Fuente: (UN Comtrade Database, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Según la página web, UN Comtrade Database el cual registra las importaciones en miles USB-FOB, los principales países consumidores de conservas son, Francia con \$4,580, Estados Unidos con \$2,373, Argentina con \$1,798, Chile con \$1,661, Canadá con \$864, España con \$529, Bélgica con \$358, México con \$313, Israel con \$155 y Finlandia con \$123. Estos países representan casi el 80% del mercado actual consumidor de conservas provenientes de cualquier parte del mundo.

2.2.5.3. Principales países Sudamericanos exportadores de conservas

Figura 4. Principales países Sudamericanos exportadores de conservas



Fuente: (UN Comtrade Database, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Según el portal web, UN Comtrade Database el principal competidor a la hora de exportar las conservas Ecuatorianas es la República de Brasil, que tiene casi el 25% del mercado de conservas en comparación a los otros países Sudamericanos.

2.2.6. Estados Unidos

2.2.6.1. Aspectos generales

Figura 5. Indicadores

Capital / Sede de Gobierno	Washington, DC
Principales ciudades	New York, Los Angeles, Chicago, Miami, Dallas, San Francisco
PIB	USD 17,97 miles de millones (2015 est.)
PIB per cápita	USD 56,300 (2014 est.)
Crecimiento del PIB	2,6% (2015 est.)
Población	321,368,864 (Julio 2015 est.)
Moneda oficial	Dólares americanos (\$)
Forma de Gobierno	República Federal
Lengua oficial	Inglés

Fuente: World Factbook

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

2.2.6.2. Acuerdos Comerciales suscritos

Los Estados Unidos mantienen uno de los regímenes comerciales más abiertos del mundo con un promedio arancelario del 3.4% sobre una base jurídicamente consolidada en la OMC. Si se consideran todos sus acuerdos de comercio y otras preferencias arancelarias el arancel ponderado que Estados Unidos tiene en promedio es de 1,4% sobre una base aplicada. Los mercados de servicios estadounidenses están abiertos a los proveedores extranjeros y los procesos regulatorios son transparentes y accesibles al público.

- Acuerdo de Libre Comercio con Norte América, (TLCAN): Estados Unidos, Canadá y México
- Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica – Estados Unidos (CAFTA-DR): Costa Rica - El Salvador - Estados Unidos - Guatemala - Honduras - Nicaragua - República Dominicana
- Acuerdo de Libre Comercio e Inversiones, Estados Unidos – Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN): Estados Unidos, Brunei Darussalam, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia, Vietnam
- Acuerdo de Libre Comercio TPP (Acuerdo de asociación transpacífico): El mismo que fue firmado en el 2015 y que entro en vigencia en el 2do semestre del 2016, el mismo que lo conforman: Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, Estados Unidos, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Vietnam.

Estados Unidos también tiene suscritos acuerdos de libre comercio y acuerdo de integración económica con los siguientes países:

- ✓ Estados Unidos – Australia
- ✓ Estados Unidos – Bahrein
- ✓ Estados Unidos – Chile
- ✓ Estados Unidos – Colombia
- ✓ Estados Unidos – Marruecos
- ✓ Estados Unidos – Omán
- ✓ Estados Unidos – Panamá
- ✓ Estados Unidos – Perú

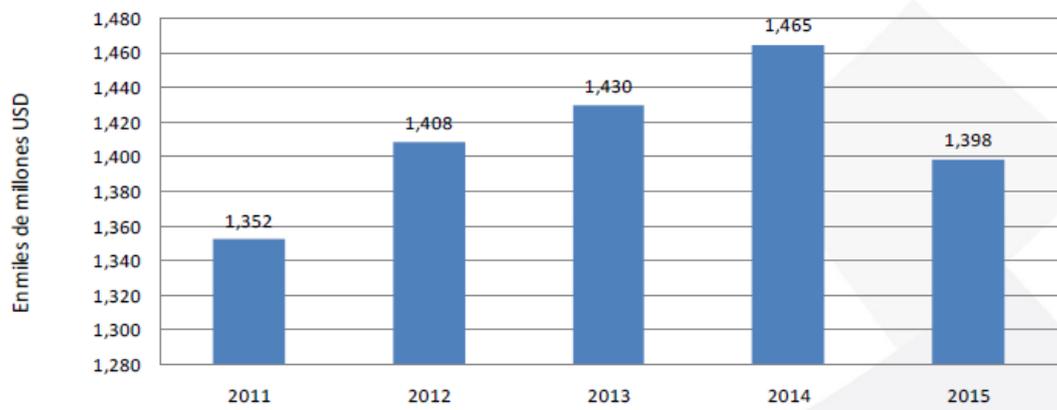
- ✓ Estados Unidos – Singapur
- ✓ Estados Unidos – Jordania

2.2.6.3.Comercio Exterior

2.2.6.3.1. Principales productos exportados y sus destinos

Según datos del United States International Trade Commission - USITC, en el año 2015 las exportaciones de los Estados Unidos al mundo alcanzó los USD 1,398 miles de millones, lo que significó un disminución de 4.53%, respecto al año anterior.

Figura 6. Evolución de las exportaciones no petroleras de Estados Unidos



Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

Por ser un país netamente industrial, 49% de sus exportaciones corresponden a bienes de capital (transistores, aeronaves, partes de vehículos automóviles, computadoras y equipos de telecomunicación), 26.8% a suministros industriales (productos químicos orgánicos), un 15% en bienes de consumo (automóviles, medicamentos) y un 9.2% a productos agrícolas (soja, fruta, maíz).

Figura 7. Principales destinos de las exportaciones de Estados Unidos

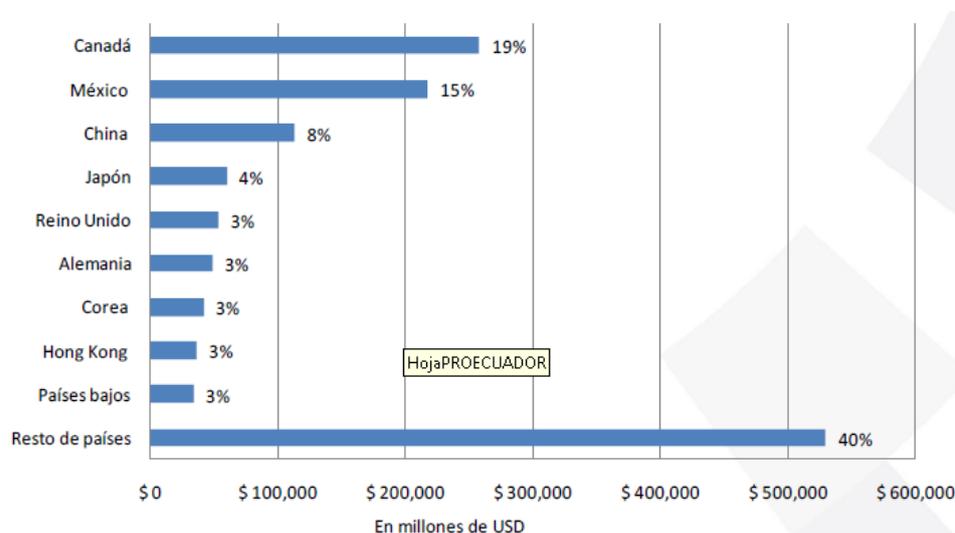
PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS					
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014	2015	Part. 2015	Var. (%)
8800.00.00	Aeronaves civiles, motores, equipos y piezas	113,071	118,918	8.5%	↑ 5.17%
9880.00.40	Exportaciones de menor cuantía, excluyendo a Canadá	28,039	25,973	1.9%	↓ -7.37%
1201.90.00	Soja , excepto las semillas	23,591	18,695	1.3%	↓ -20.75%
8542.31.00	Procesadores y controladores , etc.	17,461	18,149	1.3%	↑ 3.94%
8517.62.00	Aparatos de recepción, conversión, emisión y transmisión de voz, imagen u otros	16,332	17,660	1.3%	↑ 8.13%
8473.30.00	Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71	15,842	15,693	1.1%	↓ -0.94%
7108.12.10	Las demás formas en bruto, uso no monetario	15,558	13,828	1.0%	↓ -11.12%
8703.24.00	Vehículos automotores de pasajeros c/motor combustión interna, con cilindros de capacidad mayor a 3000 cc y de 4 a 6 cilindros	13,851	12,553	0.9%	↓ -9.37%
7102.39.00	Los demás diamantes, incluso trabajados, sin montar ni engazar.	13,364	11,615	0.8%	↓ -13.09%
Resto de productos		1,207,813	1,145,371	81.9%	↓ -5.17%
Total		1,464,922	1,398,455	100%	↓ -4.54%

Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

Canadá es el principal socio comercial de Estados Unidos, el 19% de las exportaciones de Estados Unidos tienen como destino este país.

Figura 8. Principales destinos de las exportaciones de Estados Unidos



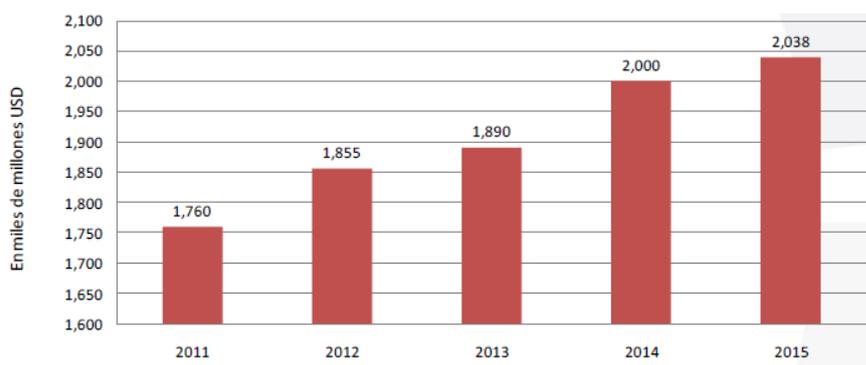
Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

2.2.6.3.2. Principales productos importados por Estados Unidos y sus países proveedores.

Por el lado de las importaciones, en el 2015 Estados Unidos compró del mundo un valor FOB de USD 2,038 miles de millones, que implicó un aumento de 1.90%, respecto a 2014.

Figura 9. Evolución de las importaciones no petroleras de Estados Unidos.



Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

Los principales productos no petroleros importados son en su mayoría productos tecnológicos como vehículos, máquinas, celulares, unidades de memoria, etc. En la tabla siguiente se indican los principales productos importados:

Figura 10. Principales proveedores de las importaciones de Estados Unidos

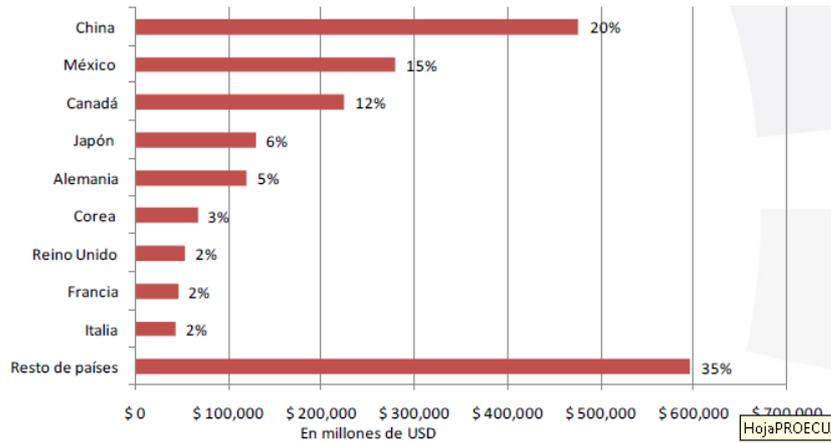
PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS					
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014	2015	Part. 2015	Var. (%)
8703.23.00	Vehículos automotores de cilindrada superior a 1.500 cm3 pero inferior o igual a 3.000 cm3:	86,400	99,373	4.9%	↑ 15.02%
9801.00.10	Bienes retornados sin haber sufrido un proceso de agregación de valor o mejorado su condición original.	58,456	61,988	3.0%	↑ 6.04%
8703.24.00	Vehículos automotores de pasajeros c/motor combustión interna, con cilindros de capacidad mayor a 3000 cc y de 4 a 6 cilindros	61,080	57,758	2.8%	↓ -5.44%
8517.12.00	Teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	52,391	51,489	2.5%	↓ -1.72%
3004.90.91	Los demás medicamentos para uso terapéutico o profilácticos en dosis medidas	37,728	47,247	2.3%	↑ 25.23%
8517.62.00	Aparatos de recepción, conversión, emisión y transmisión de voz, imagen u otros	34,179	39,806	2.0%	↑ 16.46%
8471.30.01	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg	41,964	38,742	1.9%	↓ -7.68%
7102.39.00	Los demás diamantes, incluso trabajados, sin montar ni engarzar.	24,026	22,876	1.1%	↓ -4.79%
8542.31.00	Aparatos de recepción, conversión, emisión y transmisión de voz, imagen u otros	17,760	18,107	0.9%	↑ 1.95%
Resto de productos		1,585,851	1,600,895	78.5%	↑ 0.95%
Total		1,999,835	2,038,281	100%	↑ 1.92%

Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

El principal proveedor de los productos importados por Estados Unidos es China, con una participación del 20% del total importado. Como dato curioso podemos mencionar que los cuatro principales países proveedores de las importaciones estadounidenses son, al mismo tiempo los tres principales destinos de sus exportaciones, lo que los convierte en los mayores socios comerciales de Estados Unidos.

Figura 11. Principales proveedores de las importaciones de Estados Unidos



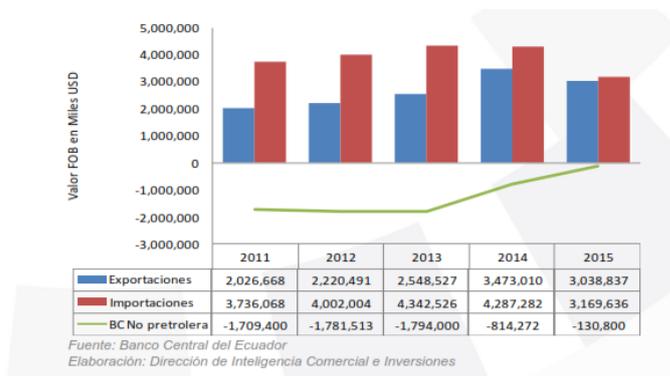
Fuente: United States International Trade Commission – USITC

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

2.2.6.3.3. Principales productos importados desde Ecuador

La Balanza Comercial No Petrolera Ecuador-Estados Unidos se ha reducido en los últimos 2 años, en el 2014 se debió al incremento de las exportaciones ecuatorianas de \$2.54 miles de millones en el 2013 a \$3.47 miles de millones en el 2014, mientras que en el 2015, la reducción se debe a la caída de las importaciones desde Estados Unidos de 4.28 miles de millones en el 2014 a 3.16 miles de millones en el 2015.

Figura 12. Balanza Comercial No Petrolera Ecuador - Estados Unidos



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

En el 2015, las exportaciones de Ecuador hacia Estados Unidos también sufrieron una baja de 12.50%, siendo los sectores de acuicultura y florícola los más afectados. El oro para uso no monetario fue el mayor producto ecuatoriano importado por los Estados Unidos, con una participación del 19.3%, seguido por las bananas frescas con 13.7%. El cacao en grano y las rosas tuvieron una participación más discreta con el 8.8% y 8.2%, respectivamente.

2.2.6.3.4. Principales productos exportados por Ecuador hacia Estados Unidos.

Figura 13. Principales productos exportados por Ecuador hacia Estados Unidos

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ESTADOS UNIDOS					
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014	2015	Part. 2015	Var. (%)
7108120000	Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario □	444,493	587,793	19.3%	↑ 32.24%
0803901100	Bananas frescas tipo «cavendish valery» □	370,679	416,405	13.7%	↑ 12.34%
1801001900	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra □	241,023	267,963	8.8%	↑ 11.18%
0603110000	Rosas frescas cortadas □	222,463	248,723	8.2%	↑ 11.80%
0306160000	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados □	310,092	214,682	7.1%	↓ -30.77%
0306179900	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados no contemplados en otra parte □	323,883	201,865	6.6%	↓ -37.67%
1604141000	Atunes en conserva □	102,954	100,927	3.3%	↓ -1.97%
0306171900	Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados □	86,346	88,945	2.9%	↑ 3.01%
0603199090	Las demás flores y capullos frescos, cortados, no contemplados en otra parte □	72,693	63,675	2.1%	↓ -12.41%
Resto de productos		1,298,384	847,858	27.9%	↓ -34.70%
Total		3,473,010	3,038,837	100%	↓ -12.50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR, 2016.

2.2.6.4.Oportunidades Comerciales

Ecuador cuenta con una gran variedad de productos los cuales cuentan con grandes ventajas para ser exportados al mercado de Estados Unidos. Actualmente Estados Unidos es el principal destino para las exportaciones no petroleras del Ecuador, destacándose el Ecuador como un proveedor de productos de alta calidad en sectores como:

- Agroindustria (purés y pulpas de frutas, salsas, mermeladas y jaleas, snacks)
- Frutas frescas (Banano, piña, mango, limón)
- Acuicultura (Tilapia, camarón)
- Rosas frescas
- Cacao y sus elaborados (Cacao en grano, pastas de cacao, chocolate)
- Café
- Textiles y artesanías.
- Frutas no tradicionales (pitahaya, uvilla) las mismas que se encuentran en proceso de aprobación sanitaria entre el APHIS y Agrocalidad. En el caso de la pitahaya ya se puede ingresar bajo periodo de prueba

2.2.7. Acuerdos Comerciales del Ecuador.

Tabla 3. Acuerdos Comerciales del Ecuador

INSTRUMENTOS EN MATERIA COMERCIAL SUSCRITOS DESDE EL 2008			
PAÍS	INSTRUMENTO	FECHA DE SUSCRIPCIÓN	ENTRADA EN VIGENCIA
CHILE	Acuerdo de Complementación Económica entre la República de Chile y la República del Ecuador	10-mar-08	29-ene-10
BRASIL	VIII Protocolo al ACE Nro. 59 con el cual la República Federativa del Brasil otorga preferencias arancelarias a la República del Ecuador	30-dic-09	16-feb-11
CUBA	II Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica Nro. 46 Celebrado entre la República del Ecuador y la República de Cuba	10-mar-10	25-ene-11

VENEZUELA	Acuerdo Marco de Cooperación entre la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela para profundizar los lazos de comercio y desarrollo	26-mar-10	02-dic-10
TURQUÍA	Acuerdo de Cooperación Comercial entre el Gobierno de la República de Ecuador y el Gobierno de la República de Turquía	01-dic-10	no vigente / se encuentra en la Asamblea
BRASIL	Memorando de entendimiento para la promoción e implementación de proyecto “Exportación por envíos postales para medias, pequeñas y micro empresas” entre el Gobierno de la República federativa del Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador	21-dic-10	21-dic-10
GUATEMALA	Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica entre el Gobierno de la República de Ecuador y el Gobierno de la República de Guatemala	15-abr-11	10-feb-13
	Acuerdo de Alcance Parcial Complementación Económica	15-abr-11	10-feb-13
	Anexo 3A Preferencias Ecuador otorga a Guatemala		
	Anexo 3B Preferencias Guatemala otorga a Ecuador		
IRÁN	Acuerdo Comercial entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República Islámica de Irán	21-abr-11	no vigente / se encuentra en la Asamblea
BRASIL	Acuerdo complementario al acuerdo básico de cooperación técnica entre el gobierno de la república federativa de Brasil y el Gobierno de la República de Ecuador para la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador.	17-jul-11	17-jul-11
BELARÚS	Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Asuntos Exteriores de la República de Belarús, para la Creación de la Comisión Mixta de Cooperación Económica – Comercial	17-oct-11	17-oct-11

BRASIL	Memorando de entendimiento entre los gobiernos de la república federativa de Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador en materia de monitoreo comercial, inversiones y financiación	21-nov-11	21-nov-11
PANAMÁ	Protocolo de Adhesión de la República de Panamá – Apertura de Mercados a favor de Ecuador	02-feb-12	25-sep-12
	TM80 AP Mercados	02-feb-12	25-sep-12
	TM80 Cooperación científica y tecnológica		
	TM80 Intercambio de bienes culturales, educacional, científico		
	TM80 OTC		
	TM80 Preferencia Regional		
INDONESIA	Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Comercio de la República de Indonesia sobre Cooperación en Comercio e Inversiones	23-jun-12	23-jun-12
CATAR	Acuerdo de Cooperación Económica, Comercial y Técnica entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno del Estado de Catar	16-feb-13	no vigente / se encuentra en la Presidencia
INDIA	Memorando de Entendimiento sobre Cooperación Económica entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Departamento de Comercio de la República de la India	-	-
FRANCIA	Acuerdo para la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo , suscrito entre Ecuador y Francia	-	-
COLOMBIA	Acta de la Reunión del Comité Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de la Vecindad e Integración Colombo Ecuatoriana.	05-abr-13	05-abr-13
COLOMBIA	Declaración Presidencial	25-nov-13	25-nov-13

COLOMBIA	Acuerdo de Reconocimiento Mutuo.	05- mar- 97	05- mar- 17
PERÚ	Comité Técnico Binacional de Facilitación del Comercio, Inversiones y Turismo.	18- mar- 11	18- mar- 11
PERÚ	IX Comisión de Vecindad Ecuatoriano-Peruana.	19- sep- 12	19- sep- 12
PERÚ	Memorando De Entendimiento en Materia de Promoción Turística entre la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación del Turismo Promperu y el Ministerio de Turismo del Ecuador.	23- nov- 12	23- nov- 12
PERÚ	Memorando de Entendimiento Pro Ecuador y Pro inversión	23- nov- 12	23- nov- 12
PERÚ	Declaración Conjunta Presidencial Ecuador- Perú.	14- nov- 13	14- nov- 13
ARGENTINA	Acuerdo de cooperación en el área de la promoción comercial y transferencia de tecnología en materia de comercio internacional entre la República del Ecuador y la República Argentina.	22- mar- 07	22- mar- 07
ARGENTINA (ARG168)	Caddendum N° 1 al memorándum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial entre el ministerio de relaciones exteriores, comercio e integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio internacional y culto de la República Argentina.	21- abr-08	21- abr-08
ARGENTINA (ARG154)	Memorándum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio internacional y culto de la República Argentina y el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio e integración de la República del Ecuador	20- sep- 07	20- sep- 07
CHILE (CHL255)	Acta I Reunión de la comisión económico comercial del Acuerdo de complementación económica N° 65 entre Chile y Ecuador	22- jul-11	13- mar- 13
URUGUAY	Convenio de Cooperación Institucional entre el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) y la Agencia de promoción de Inversiones y Exportaciones (Uruguay XXI).	-	22- nov- 12

PANAMÁ (AIC066)	Acuerdo regional de apertura de mercados a favor de Ecuador – Protocolo de adhesión de la República de Panamá	22- feb-12	25- sep- 12
PANAMÁ	Acuerdo regional que instituye la preferencia arancelaria regional – Protocolo de adhesión de la República de Panamá.	02- feb-12	25- sep- 12
REPÚBLICA DOMINICANA	Grupo conjunto de estudio de factibilidad para la profundización de las relaciones económicas y comerciales entre la República Dominicana y el Ecuador	14- oct-11	14- oct-11

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2008)

Elaborado por: Cortez, Mayra

En la tabla 3 se pueden apreciar los acuerdos comerciales que tiene en este momento el Ecuador para tener múltiples opciones de mercados disponibles para futuras exportaciones de una gran variedad de mercados en los cuales se pueden acoger los exportadores para obtener beneficios en el ingreso de sus productos en el país de destino.

2.2.8. Situación actual de las exportaciones en el Ecuador.

Las ventas petroleras cayeron durante el primer trimestre del 2015, pero no fueron las únicas. Un reciente informe del Banco Central del Ecuador (BCE) revela que las exportaciones totales cayeron 26,3% entre enero y marzo del 2015 respecto a igual período del 2014. Esta caída se da básicamente por la disminución de los precios del petróleo, pero también por la reducción de ventas de atún, camarón, flores, textiles, enlatados de pescado, manufacturas de cuero, de papel, entre otros productos. (El Comercio, 2015)

Las exportaciones en el Ecuador han sufrido una grave caída en el año 2015 en comparación al periodo del 2014 según lo expresado por el Banco Central del Ecuador. La actual administración gubernamental busca la internacionalización de productos procesados hacia nuevos nichos de mercado, con el objetivo de aumentar la oferta exportable, buscando beneficiar el desarrollo socioeconómico del país.

2.2.8.1.Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador.

La exportación de productos tradicionales de enero a octubre de 2015 decreció un 0.91% en comparación con el mismo periodo de 2014, mientras que la exportación de productos no tradicionales decreció un 10.88%. La exportación de productos no tradicionales primarios hasta octubre de 2015 decreció en un 12.63% en comparación con 2014, mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció en un 9.75%. (PROECUADOR, 2016)

Las exportaciones tradicionales y no tradicionales del Ecuador señalan un decrecimiento en los últimos años, afectando directamente al equilibrio de la balanza comercial, y por ende al crecimiento socioeconómico del país; punto por el cual, el tema debe ser tratado con propuestas de estudios investigativos, para romper las dificultades de las actuales actividades de comercio con los socios comerciales.

2.2.8.2. Exportación de productos artesanales en el Ecuador.

Las artesanías ecuatorianas se caracterizan por su heterogeneidad, la tradición y al entorno geográfico en la cual se desarrollan. Se diferencian específicamente por el tipo de material empleado en la confección y la autenticidad del diseño creado por las manos del artesano. Los productos más vendidos y exportados son: Sombreros de paja toquilla y productos fabricados con cuero y tagua. Los países destacados como principales compradores son: Italia, Estados Unidos y Hong Kong. (PROECUADOR, 2015)

En cuanto al mercado artesanal que ofrece Ecuador respecto a la demanda internacional, se puede manifestar que este tipo de productos son reconocidos a nivel mundial y se caracterizan por su calidad, la tradición y por el entorno geográfico en el que son manufacturadas, y se puede expresar que esa es la base fundamental para su compra en el extranjero.

El producto Ecuatoriano se tiende a diferenciar específicamente por el tipo de material empleado en la confección, producción, ensamblaje y la autenticidad del diseño creado por las manos del artesano que realiza la venta de su trabajo al mercado ecuatoriano. Una de las características del productor artesanal es que siempre aspira que su producto llegue hacia los mercados internacionales.

La exportación de productos artesanales en el Ecuador está en sus etapas iniciales en el Ecuador, aunque ya existen productos que son vendidos a Estados Unidos y La Unión Europea y son reconocidos ya sea por su sabor, imagen o textura. En la presente investigación se busca dar a conocer las conservas, buscando la viabilidad y factibilidad de la internacionalización de este tipo de producto.

2.2.9. Estrategias de exportación.

Las estrategias de exportación son un conjunto de objetivos establecidos por la empresa u organización que quiera internacionalizar su producción, ya que se establece las guías necesarias para empezar un proyecto, como son, seleccionar el mercado potencial, canales de distribución, reducción de costos siguiendo un orden secuencial de las operaciones, facilitando la puesta en marcha del mismo.

En cuanto a la selección de mercado potencial se refiere al estudio de los aspectos tantos internos y externos a considerar para incursionar en mercados diferentes, a esto se llama el análisis FODA que busca determinar las fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades con la finalidad que la viabilidad de un proyecto de negocios no se vea afectada a través del tiempo.

El canal de distribución es un factor muy importante y que no se debe dejar pasar por alto al momento de incursionar en otro mercado ya que es el conjunto de medios y procesos a seguir para dirigir el bien o servicio hacia el consumidor final.

Una estrategia imprescindible y que en la actualidad están utilizando los exportadores son las alianzas estratégicas, las alianzas estratégicas son el conjunto de mecanismos a ser empleados para internacionalizar una gama de productos. Otras estrategias que se pueden emplear para la exportación son:

La estrategia del Outsourcing esta hace referencia al equilibrio que se debe tener entre el costo y el servicio en el proceso logístico, ese equilibrio se podría obtener incorporando múltiples servicios que ofrecen las empresas dedicadas a las operaciones de logística como estrategia para buscar alianzas entre ellos y así poder brindar sus servicios a empresas multinacionales.

La estrategia del Just on Time hace referencia a la entrega del producto justo a tiempo es decir lo que el cliente necesita, en el momento y en lugar adecuado para así satisfacer sus exigencias en todos los aspectos muchas empresas trabajan bajo este lema ya que el mismo eleva la competitividad en el ámbito de procesos bien integrados para alcanzar el objetivo planteado.

2.2.10. Barreras arancelarias y no arancelarias.

Las barreras arancelarias son medidas de defensa comercial que imponen los organismos gubernamentales a las importaciones de mercancías con la finalidad de proteger la producción nacional a través del establecimiento de cuotas, aranceles, cupos entre otras. Estas medidas por lo general son establecidas en un tiempo determinado y para un número considerable de importaciones realizadas por las empresas que integran la nación o país.

Las barreras no arancelarias son el conjunto de normativas y requisitos legales establecidos por los organismos gubernamentales del país de importación para proteger la integridad y salud de sus habitantes, entre estas normativas se encuentran los registros sanitarios, documentos que amparen la propiedad intelectual de los fabricantes entre otros.

El Ecuador actualmente sufre un desequilibrio negativo de la balanza comercial, por este inconveniente el Comité de Comercio Exterior decidió establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal, con el propósito de regular el nivel general de importaciones y de esta manera salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos. Este tipo de arancel será adicional a los aplicables regularmente.

2.2.11. Incoterms 2010

Figura 14. Incoterms 2010

Incoterms 2010		Incoterms 2010										
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador	
EXW	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
FCA	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
FAS	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
FOB	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
CPT	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
CIP	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
CFR	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
CIF	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
DAT	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
DAP	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
DDP	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Fuente: (PRO ECUADOR, 2010)

Elaborado por: (Camara de Comercio Internacional, 2010)

Los Términos Internacionales de Comercio (Incoterms) son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional, con el propósito de proveer un grupo de reglamentos para la interpretación de los procesos más usados en el comercio mundial.

- **El término Ex Works: (EXW) / Entrega directa a la salida**

La única responsabilidad del exportador es poner la mercancía a disposición del importador en sus locales en un embalaje adaptado al tipo de transporte que sea utilizado en la logística internacional.

- **El término Free Carrier: (FCA) / Franco -Transportista**

La entrega se efectúa en los locales del exportador, es él quien se responsabiliza que la carga de la mercancía sea embalada convenientemente y entregada en el vehículo proporcionado por el importador. El pago de aranceles de exportación en caso de que existieran, es responsabilidad del vendedor.

- **El término Free Alongside Ship: (FAS) / Franco al costado del buque**

Las obligaciones del exportador han sido cumplidas cuando la mercancía, ya pagado los aranceles, es ubicada al costado del buque en el muelle del puerto de embarque convenido en el contrato de compra-venta internacional.

- **El término Free on Board: (FOB) / Cargado a bordo**

El exportador debe poner a disposición la mercancía, en el puerto de embarque designado, a bordo del buque escogido por el importador, y efectuar los trámites de aduana para la exportación, si fuesen necesarias.

En un contrato con la cláusula FOB, el exportador cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía está a bordo del buque en el puerto de embarque designado o, en el caso de las ventas sucesivas, el vendedor consigue las mercancías así entregadas para su transporte hasta su destino designado e indicado en el contrato de compra-venta internacional.

- **El término Carriage Paid To: (CPT) / Transporte pagado hasta**

El exportador coordina la cadena logística terrestre internacional. Después de haberse encargado de los aranceles de exportación, escoge los transportistas y paga los gastos hasta el lugar convenido por el importador en origen.

- **El término Carriage and Insurance Paid To: (CIP) / Transporte y seguro pagado hasta**

El término CIP es idéntico al CPT, pero el exportador debe proporcionar además un seguro de transporte. El exportador cierra el contrato de transporte, paga el flete y la prima de seguro.

- **El término Cost and Freight (CFR) / Coste y flete**

El exportador escoge el medio de transporte multimodal, cierra y asume los gastos pagando el flete hasta el puerto de llegada convenido, en el cual la descarga no incluida. La descarga de las mercancías con aranceles cancelados en el buque es responsabilidad del importador, al igual que las formalidades de despacho.

- **El término Cost Insurance Freight (CIF) / Coste Seguro Flete**

Término idéntico al CFR, con la característica que tiene una obligación adicional para el exportador, la cual es proporcionar un seguro marítimo contra el riesgo de pérdida o de daños de las mercancías. El exportador paga la prima del seguro.

- **El término Delivery At Place: (DAP) / Entregado en el punto de destino**

El exportador debe entregar las mercancías, poniéndolas a disposición del importador en el lugar de destino convenido. Debe pagar los aranceles de exportación en caso de haberlos en el lugar de origen, pero en cambio no tiene ninguna obligación de hacer lo mismo con los aranceles en destino.

El exportador debe cerrar un contrato de compra-venta internacional, que corre por su cuenta, para el transporte de las mercancías al destino convenido, así como descargarlas del medio de transporte al llegar. Por lo demás, el exportador no está obligado, ante el importador, a cerrar un contrato de seguro. Asimismo, debe proporcionar al importador, por cuenta propia, el documento que le permite recibir las mercancías.

El término Delivered Duty Paid: (DDP) / Entregados derechos pagados

En este caso el exportador tiene las máximas obligaciones contractuales; la transferencia de los gastos y riesgos se efectúa en el momento de la entrega en el lugar de destino convenido con el importador. El pago de derechos de aduana de importación también es responsabilidad del exportador.

2.2.12. Documentos de exportación.

Los documentos de exportación son una parte importante al momento de internacionalizar un bien o servicio, ya que son instrumentos que deben regirse a las disposiciones establecidas por la normativa de un determinado país. Los cuales se detallan a continuación:

- **Factura comercial original:** este documento es de soporte para la exportación ya que en términos reducidos representa el contrato de compra-venta internacional pactado entre el comprador y vendedor en donde se establecen condiciones de pagos, lugar

de entrega, término de negociación, descripción de la mercancía, costos de la mercadería entre otros.(Ver anexo 1)

- Lista de empaque o también conocido como packing list: en este documento se detalla todo el contenido de la mercadería a ser embarcada en este consta el tipo de embalaje y empaque utilizado, número de bultos, peso bruto y neto la cantidad en la unidad de medida del producto.(Ver anexo 2)
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite): son el conjunto de documentos que amparan el origen, estado, propiedad, calidad entre otros factores de las mercancías a ser exportadas y este documento puede ser solicitado por el comprador para presentar como requisito en el país de importación al momento de nacionalización.(Ver anexo 3)
- Certificado de origen (cuando el caso lo amerite): es el documento que ampara la procedencia de la mercancía a ser exportada, este documento debe ser emitido por el vendedor en el país de origen y exigido por el importador ya que el mismo se puede acoger a algún beneficio en el país de destino como es la liberación de tributos al comercio exterior.
- Conocimiento de embarque (B/L), Guía aérea, Carta de Porte: son documentos que establece la propiedad de la mercancía a ser exportada, estos por lo general son emitidos en el país de origen por el transportista encargado del flete internacional de las mercancías.(Ver anexo 3)

2.2.13. Logística internacional.

La logística surge ligada a las actividades de toma de decisiones de los altos mandos militares, principalmente en Inglaterra en la década de 1940. En la actualidad el tema de la logística se asume con tanta importancia que en las organizaciones se estipula un área específica para su tratamiento; su evolución a través del tiempo ha sido constante, hasta convertirse hoy en una de las principales herramientas para que una organización sea considerada como empresa del primer mundo. (Ramírez, 2015)

La logística es una parte fundamental que busca la optimización de los procesos que intervienen en el comercio internacional, ya que es tratada actualmente como una de las principales herramientas estratégicas para cualquier tipo de organización a nivel mundial.

A lo largo de los años la logística cumple dentro de una organización varios objetivos entre ellos la utilización óptima de los recursos tanto naturales, humanos y de capital con los que cuenta la empresa, la reducción de tiempo y gastos en los procesos establecidos para lograr el just on time (justo a tiempo) que se busca en una negociación internacional.

2.2.13.1. Funciones de la logística internacional

Las funciones de la logística se basan principalmente en las administraciones de los flujos físicos (materias primas, productos acabados, etc.), teniendo en cuenta los recursos (humanos, consumibles, etc.), los bienes necesarios (almacenes, bodegas, herramientas, sistemas informáticos, camiones, etc.), y los servicios (transporte o almacén subcontratados). En otras palabras, la logística gestiona de manera directa los flujos físicos (compras, distribución y devolución) e indirectamente los flujos financieros y de información asociados. (Ramírez, 2015)

Las funciones de la logística, busca actualmente la correcta administración de las materias primas y su producción, recursos humanos con el gasto que esto conlleva, el transporte y almacenamiento, de manera directa e indirecta, por lo que es importante conocerla al momento de internacionalizar un bien o servicio.

2.2.13.2. Importancia de la logística internacional.

La importancia de la logística radica en la necesidad de mejorar el servicio de un cliente, optimizando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible. Algunas de las actividades que pueden derivarse de la gerencia logística de una empresa son las siguientes:

- Aumento en líneas de producción
- La eficiencia en producción; alcanzar niveles altos.
- La cadena de distribución debe mantener cada vez menos inventarios.
- Desarrollo de sistemas de información. (Ramírez, 2015)

La cadena logística internacional en el presente trabajo investigativo, es importante porque se especializa en buscar la satisfacción del cliente establecido en el mercado objetivo, optimizando el transporte y el mercadeo reduciendo sus costos operativos.

2.2.13.3. Logística de aprovisionamiento.

El aprovisionamiento contempla todos los procesos y actividades a controlar el suministro que realizan los diferentes proveedores con los que cuenta la empresa en el desarrollo de sus operaciones. Como tal se constituye en un proceso mediante el cual el empresario resuelve problemas complejos, tales como las cantidades demandadas, el momento adecuado para llevar a cabo su solicitud y los procedimientos a seguir, entre otros. (Ramírez, 2015)

La logística de aprovisionamiento busca gestionar el abastecimiento de mercancías para la producción, esta operación debe ser continua y desenvolverse en las mejores condiciones a fin de cumplir con los objetivos del negocio, con el propósito de buscar la satisfacción del cliente controlando los faltantes de producción.

2.2.13.4. Logística de distribución.

Una vez los productos han sido elaborados, terminados y almacenados, el siguiente paso dentro de la gestión logística de la cadena es la de cumplir con las necesidades de nuestros clientes; en otras palabras en organizar la distribución y transporte de los productos, a fin de cubrir la demanda del mercado y llevarlos hasta su destino final, y esto está relacionado con:

- La previsión de la actividad de los centros logístico.
- La movilización de las mercancías de un lugar a otro del almacén, contando con los recursos y equipos necesarios para ello.
- La preparación de los pedidos

Cuando se requiera, llevar a cabo las actividades de transformación del producto.
(Ramírez, 2015)

La logística de distribución se encarga de gestionar la organización del transporte utilizado en la internacionalización de un bien o servicio, con la finalidad de cubrir la demanda del mercado y llevarlos hasta su destino final.

2.2.13.5. Logística en reversa o inversa.

La logística inversa es la que gestiona el regreso de las mercancías dentro de la cadena de suministros, buscando que se lleve a cabo de la forma más efectiva y adecuada posible. En el funcionamiento de las empresas se debe contar con un programa para la recuperación y reciclaje de los envases, embalajes, los residuos peligrosos; de igual forma se deben tener delineados los elementos necesarios para programar el retorno de excedentes de inventarios, devoluciones de clientes, productos obsoletos e inventarios estacionales. (Ramírez, 2015)

La logística inversa busca la gestión del regreso de las mercancías de manera más adecuada y efectiva dentro de la cadena de suministros, ya que se debe programar el retorno de excedentes de inventario de los clientes que intervienen en la negociación internacional.

2.2.13.6. Empaque, envase y embalaje

Entre los elementos que tienen una importancia destacada dentro de la cadena logística se encuentran el envase, el empaque y el embalaje, ya que el correcto uso de estos, nos permiten un óptimo acceso a los mercados internacionales, para esto hay que tener especificado la diferenciación entre ellos:

- El objetivo del envase es dar protección directa al producto para su transportación.
- El empaque se encarga de proteger el producto, el envase o ambos y ser promotor del artículo dentro del canal de distribución.
- La función del embalaje es llevar un producto y proteger su contenido durante el traslado de la fábrica hasta llegar al consumidor final.

El empaque, envase y embalaje para la exportación de productos artesanales debe cumplir tres funciones principales. La primera es que debe contener y proteger el producto durante el transporte y distribución física, desde los almacenes de fabricación hasta el consumidor final.

Como segundo plano debe informar a los involucrados en la cadena de transporte y distribución. Tercero debe contribuir con la eficiencia en costos y competitividad sin dejar de lado la satisfacción del importador.

2.3. Marco Conceptual

Para los efectos de esta investigación, se entenderá por:

Comercio Internacional: al intercambio de uno o varios productos entre el país ecuatoriano y el país de destino cuya finalidad es la salida del mismo desde el territorio ecuatoriano hacia un mercado en el extranjero obteniendo como resultado el ingreso de divisas para el país y la satisfacción de uno o muchos clientes potenciales en el exterior.

Exportación: a la intención de vender un producto fabricado de manera artesanal cuya finalidad es la internacionalización del mismo buscando el reconocimiento y competitividad en el mercado extranjero.

Divisas: es la denominación que se le da al dinero que ingresará al país ecuatoriano por la venta del producto que se pretende exportar y la salida de dinero del país importador en el extranjero siendo estos movimientos registrados en las balanzas de pagos de los países intervinientes para su respectivo control y regulación.

Internacionalización: proponer una participación directa de un producto, hacia un país importador, con el fin de fortalecer la producción de las naciones exportadoras.

Importación: es la actividad comercial ejercida por el mercado extranjero cuya finalidad es adquirir bienes o servicios que su país no puede producir o tiene una productividad escasa que no abastece la demanda nacional permitiendo al país exportador su reconocimiento internacional y el ingreso de divisas.

Trámites de Exportación: es el conjunto de pasos que deben seguir los productores artesanales para llevar a cabo su objetivo de dar a conocer su producción en el mercado extranjero y así obtener el desarrollo económico.

Declaración Aduanera de Exportación: Es un documento electrónico que detalla toda la información de la mercadería que sale del territorio ecuatoriano hacia un mercado de destino, dicho documento sirve de respaldo para el exportador ya que en este deja constancia del bien o servicio que pretende vender el cual debe ser aprobado por el ente regulador para continuar con el proceso de exportación.

Oportunidad Comercial: es el momento propicio para iniciar una negociación en el tiempo y lugar adecuado, aprovechando las ventajas que tiene un bien o servicio ante los demás.

Barreras No Arancelarias: Son medidas de defensa comercial establecidas por los gobiernos para proteger la producción nacional y cuidar la salud de sus habitantes obstruyendo el libre ingreso de mercancías, dichas medidas son requisitos que impone el gobierno tales como documentos a presentar, cuotas, cupos, entre otras.

Mercado: Se conoce al mercado en el comercio internacional como el lugar de destino para la salida de mercancías que ofrece un país de origen conocido como oferentes y al país de destino como demandante, convirtiéndose los demandantes en los compradores reales y potenciales de un producto.

Política Comercial: es una herramienta aplicada que actualmente el gobierno ecuatoriano se encuentra promocionando a los operadores de comercio exterior para dinamizar la economía del país.

Producción: La producción es la actividad económica que aporta valor agregado a los bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos y al mismo tiempo la creación de precio adherido, más específicamente es la capacidad de un factor productivo para crear determinadas manufacturas en un periodo de tiempo determinado.

Productividad: La productividad es la relación entre la cantidad de productos lograda por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción, y también es definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos; cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

Inversión: La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad económica o negocio, con el objetivo de incrementar la capacidad productiva del mismo, dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Viabilidad: La viabilidad busca llegar al cumplimiento de un objetivo buscando la solución más óptima, entendiendo por tal la que minimiza la cantidad de satisfacción de todas las demandas a partir de las fuentes identificadas en los factores internos y externos, midiendo la racionalidad económica de la solución mediante el correspondiente análisis coste-beneficio.

Rentabilidad: La rentabilidad mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico respecto al capital total invertido, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto, además es totalmente independiente de la estructura financiera de la organización.

Factibilidad: La factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas en la realización de un proyecto, en el ámbito comercial proporciona un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios.

Canasta exportable: Canasta exportable es el grupo de productos que son destinados para la venta a un país distinto al de origen.

Alianza estratégica: se define como alianza estratégica a la unión de dos o más organizaciones públicas o privadas, para alcanzar objetivos significativos que beneficien a todas las partes.

Plan de exportación: El plan de exportación es una descripción de la planificación de las actividades que intervienen en la internacionalización de un producto, sirve como herramienta para presentar los agentes internos y externos que pueden influir en el proyecto.

Agentes internos: Se definen como agentes internos todas las personas naturales y jurídicas que intervienen en el país de origen en la comercialización de un bien o servicio entre ellos tenemos: productores, funcionarios aduaneros, exportadores, agentes de cargas registrados y acreditados ante el país de origen, transportistas, entre otros.

Agentes externos: Se entiende por agentes externos todas las personas naturales y jurídicas que intervienen en el país de destino en la exportación de un bien o servicio entre ellos tenemos: importadores, agentes de cargas, consumidor final, distribuidores, entre otros.

País de origen: El país de origen es el lugar donde es creado o producido el bien o servicio, es conocido como país exportador dentro de una negociación internacional.

País de destino: El país de destino es el lugar donde es entregado un bien o servicio, es conocido como país importador dentro de una negociación internacional.

Food and Drug Administration (FDA): (Agencia de Alimentos y Medicamentos) es la agencia del gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos, medicamentos, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos que ingresan al territorio protegiendo así la salud en integridad de sus habitantes.

2.4. Marco Legal

2.4.1. Constitución del Ecuador.

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

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones con preferencia de aquellas que generen empleo y mayor valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2015)

La presente investigación responde a los artículos 304 y 306 de la constitución del Ecuador la cual busca desarrollar, fortalecer y promover la producción nacional a través de trabajos investigativos que facilite la interpretación de los procesos de exportación de los productos ecuatorianos y beneficien la inserción estratégica del país en la economía mundial.

2.4.2. Ley de Régimen tributario interno.

Art. 55.- Transferencias e importaciones con tarifa cero.- Tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los siguientes bienes:

8.- Los que se exporten. (Servicio de Rentas Internas, 2014)

Según la Ley de Régimen tributario del Ecuador las exportaciones gravan tarifa 0% por lo que la facilitación a través de reducción de este impuesto, garantiza que la viabilidad de la internacionalización.

2.4.3. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.

Art. 158.- Exportación Definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2013)

La exportación de mercancías es la salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano para su comercialización en el exterior, según lo descrito en la declaración aduanera de exportación, presentada ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

2.4.4. Plan del Nacional del Buen Vivir

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.

10.6: Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva.

b. Impulsar la oferta productiva de los sectores prioritarios, incluido el cultural, para potenciar sus encadenamientos productivos, diversificar los mercados de destino, fortalecer el comercio electrónico, los servicios postales, la integración regional. (SENPLADES, 2014)

A través del presente trabajo investigativo se busca impulsar la transformación de la matriz productiva del sitio “El Alto”, cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas diversificando los mercados de destino.

2.4.5. Ministerio de Salud Pública

Art.5.- El etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, se ajustará a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen y calidad del alimento envasado, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios y estará fundamentada en las características o especificaciones del alimento, aprobadas en su registro sanitario.

Art.6.- El Ministerio de Salud Pública a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) autorizará el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2014)

El etiquetado de las mercancías a ser exportados será autorizado a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente de los alimentos procesados para el consumo humano, cumpliendo así con los estándares de calidad del producto.

2.4.6. Ministerio de Comercio Exterior

El Ministerio de Comercio Exterior es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y

soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país. (Asamblea Nacional del Ecuador , 2016)

La internacionalización de los productos procesados, debe seguir los lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior, que es el ente que contribuye al cambio de la matriz productiva, mediante la formulación hasta la gestión de los procesos de coordinación de las políticas de comercio exterior con la finalidad de contribuir con el crecimiento socioeconómico del país.

2.4.7. Pro Ecuador

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

Cuya misión es promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir. (PRO ECUADOR, 2016)

Al referirnos en el trabajo investigativo a un producto dentro de la canasta exportable de productos no tradicionales, el proyecto debe ser asistido por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador) el cual es el organismo encargado de promover este tipo de productos hacia los mercados internacionales, con el propósito de cumplir los objetivos económicos del Ecuador.

2.4.8. Organización Mundial de la Salud - Codex Alimentarius

El comercio internacional de alimentos existe desde hace miles de años pero, hasta no hace mucho, los alimentos se producían, vendían y consumían en el ámbito local. Durante el último siglo, la cantidad de alimentos comercializados a nivel internacional ha crecido exponencialmente y, hoy en día, una cantidad y variedad de alimentos antes nunca imaginada circula por todo el planeta.

El Codex Alimentarius contribuye, a través de sus normas, directrices y códigos de prácticas alimentarias internacionales, a la inocuidad, la calidad y la equidad en el comercio internacional de alimentos. Los consumidores pueden confiar en que los productos alimentarios que compran son inocuos y de calidad y los importadores en que los alimentos que han encargado se ajustan a sus especificaciones. (Organización Mundial de la Salud, 2016)

En la internacionalización de un producto procesado se debe seguir las normas establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) a través del Codex Alimentarius el cual brinda la información, acerca de los estándares de calidad que debe llevar el producto objeto de la investigación, con la intención de que se ajuste a las especificaciones de los compradores internacionales.

2.4.9. Instituto Ecuatoriano de Normalización

Los productos alimenticios para el consumo humano, deben seguir la norma INEN 1334-1 establecida en el Instituto Ecuatoriano de Normalización en el cual se indica los requisitos mínimos que deben cumplir los rótulos o etiquetas en los envases o empaques en que se expenden los productos antes mencionados. (Ver anexo 5)

2.4.10. Ministerio de Industrias y Productividad

El Ministerio de Industrias y Productividad aborda cuatro temas importantes para la exportación de productos alimenticios, estos son, la sistematización de la política industrial, la reactivación productiva, la innovación de los sectores productivos y estandarización del etiquetado. Con la finalidad que las exportaciones ecuatorianas lleguen con la mejor calidad posible a los mercados de destino.

Capítulo III Metodología de la Investigación

3.1. Tipo de estudio

El tipo de investigación que se realizó fue descriptiva mediante un estudio de campo que constituye un proceso sistemático, riguroso y legítimo de recolección, análisis y presentación de datos, basándose en una estrategia de interpretación directa de información fundamental para la investigación. Para validar la investigación de campo, se dirigió a los productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, cantón Río verde, provincia de Esmeraldas y a los habitantes de Miami, Florida.

3.2. Método de investigación

La metodología de la investigación que se utilizó en el presente estudio, es de diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, ya que por la complejidad del proceso, se enfocó en la técnica de encuestas a los importadores de conservas de frutas localizados en la ciudad de Miami- Estados Unidos con el fin de identificar el nivel de aceptación que puede tener el producto a ser exportado.

3.3. Técnicas e instrumentos

3.3.1. Encuesta

La encuesta es una herramienta que permitirá mediante la tabulación de datos de la muestra establecida; el análisis profundo de las tablas de frecuencias de las respuestas otorgadas por los encuestados, con el objetivo de generar interpretaciones reales a la realidad socioeconómica ecuatoriana. (Sampieri, 2010)

3.3.1.1. Ficha de Encuesta

Se diseñó un cuestionario estandarizado con preguntas abiertas y cerradas diseñados para aplicarlas en una encuesta cara a cara y online entre el encuestador y el encuestado. (Ver anexo 5).

3.3.2. Procesamiento de datos

La organización de la información se dio en función a su veracidad y oportunidad, empleando sistemas informáticos adecuados tanto para lo textual como para lo estadístico con programas informáticos como Microsoft Word, Excel y Google Drive, para la respectiva presentación. Se utilizó gráficos para una mejor comprensión de las respuestas otorgadas por los importadores de productos alimenticios en la ciudad de Miami perteneciente al país de Estados Unidos, con la finalidad de verificar el nivel de aceptación existente y validar la propuesta planteada en el presente trabajo investigativo.

3.4. Población y Muestra

La población demuestra un promedio de 90 importadores de conservas en el mercado de Estados Unidos según datos estadísticos del Trade Map en el año 2015 , los cuales son consideradas para sacar el tamaño de la muestra y así llevar a cabo la investigación y que sirvió para determinar con mayor autenticidad la viabilidad del presente trabajo investigativo.

Se aplicó la siguiente fórmula:

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$	donde: $n_o = p*(1-p)* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

Simbología:

- n: tamaño de la muestra
- N: tamaño de la población
- p: posibilidad de que ocurra un evento, p=0.7
- a: posibilidad de no ocurrencia de un evento, a= 0.7
- d: error, se considera el 7%; d= 0.07
- Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z= 2.10

Para determinar la muestra del presente estudio se tomó en consideración los siguientes datos:

Tabla 4. Tamaño de la muestra

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 90 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	38	43	48	54	61	67	74	80	85	89
95%	46	51	56	62	67	73	78	83	87	89
97%	51	56	60	65	71	76	80	84	87	89
99%	58	63	67	71	75	79	83	86	88	90

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami- Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Después de aplicar la fórmula a través de una tabla de Excel, se reveló un tamaño de muestra de 62, por lo tanto es el número de encuestas que se aplicó a los importadores de conservas en el mercado de Estados Unidos.

3.5. Interpretación de los resultados

Pregunta 1: Actualmente, ¿se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio ecuatoriano?

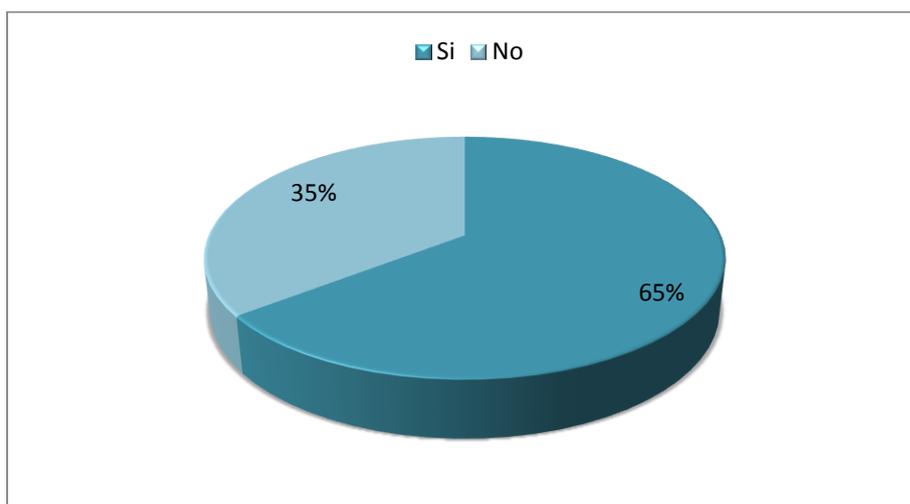
Tabla 5. Importaciones de productos alimenticios desde Ecuador

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	65,00%
No	22	35,00%
Total:	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami- Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 15. Importaciones de productos alimenticios desde Ecuador.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami- Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la primera pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera: el 65% de los importadores indicó que si compran actualmente productos alimenticios ecuatorianos y el 35% indicó que “No” están comprando productos alimenticios ecuatorianos. Lo cual representa que un gran porcentaje de importadores de la ciudad de Miami importan productos alimenticios ecuatorianos.

Pregunta 2: Importa actualmente conserva de fruta ecuatoriana.

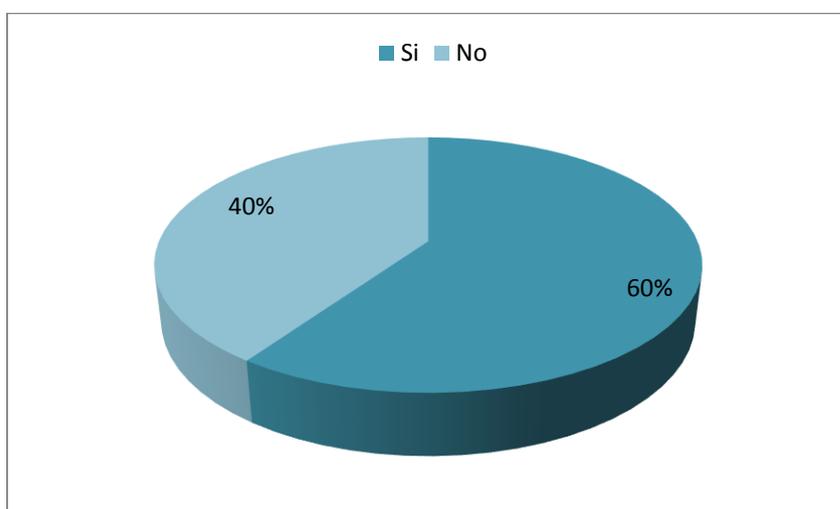
Tabla 6. Importaciones de conservas de fruta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	60,00%
No	25	40,00%
Total:	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami- Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 16. Importaciones de conservas de frutas ecuatorianas.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami- Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la segunda pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 60 % de los importadores indicaron “Si” están importando conservas de frutas ecuatorianas mientras que el 40% indicaron que sus importaciones son provenientes de otros países diferentes a Ecuador. Demostrado que existen un gran nivel de aceptación de conservas ecuatorianas en el mercado de Miami.

Pregunta 3: ¿De dónde importa la conserva de fruta?

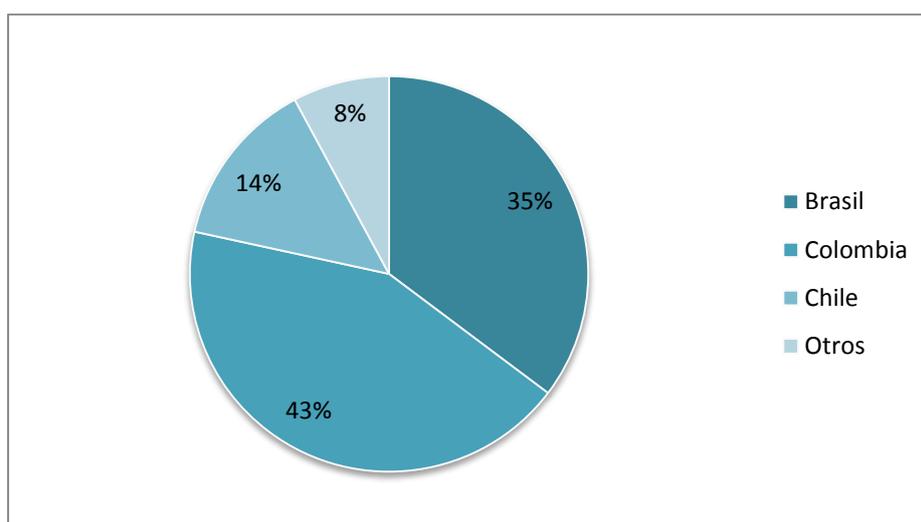
Tabla 7. Países proveedores de conservas de frutas.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Brasil	18	35,00%
Colombia	22	43,00%
Chile	7	14,00%
Otros	4	8,00%
Total:	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 17. Países exportadores de conservas de frutas.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la tercera pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 43 % indicó que Colombia es el proveedor habitual de las conservas de frutas que comercializan, el 35% indico que Brasil es el proveedor habitual de las conservas de frutas que comercializan, el 14% indicaron que las conservas de frutas que comercializan provienen de Chile y el 8% indicaron que son otros países que los proveen de conservas de frutas. Lo cual representa que Colombia será la competencia directa al momento de poner en marcha el presente proyecto investigativo.

Pregunta 4: ¿Estaría interesado en importar conserva de banano orito con guayaba ecuatoriana?

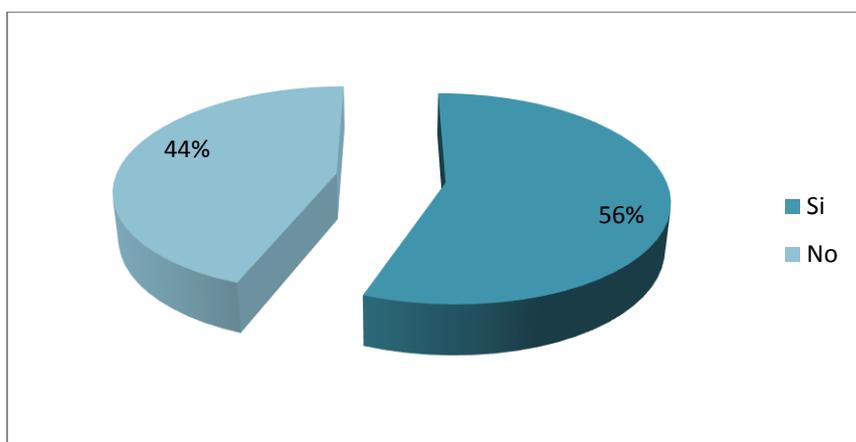
Tabla 8. Idea de importar conserva de banano orito con guayaba de Ecuador

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	56,00%
No	27	44,00%
Total:	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 18. Idea de importar conserva de banano orito con guayaba ecuatoriana.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la cuarta pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 56% de los importadores indicaron que “si” están dispuesta a comprar conservas de banano orito con guayaba ecuatoriana y el 44% de los importadores indicaron que no están interesados en comprar conservas de banano orito con guayaba ecuatoriana. Lo cual representa que un gran porcentaje de los importadores de productos alimenticios de Miami están dispuestos a importar conservas de banano orito con guayaba con la finalidad de diversificar sus proveedores,

Pregunta 5: ¿Qué cantidad, aproximada, del producto estaría interesado en importar?

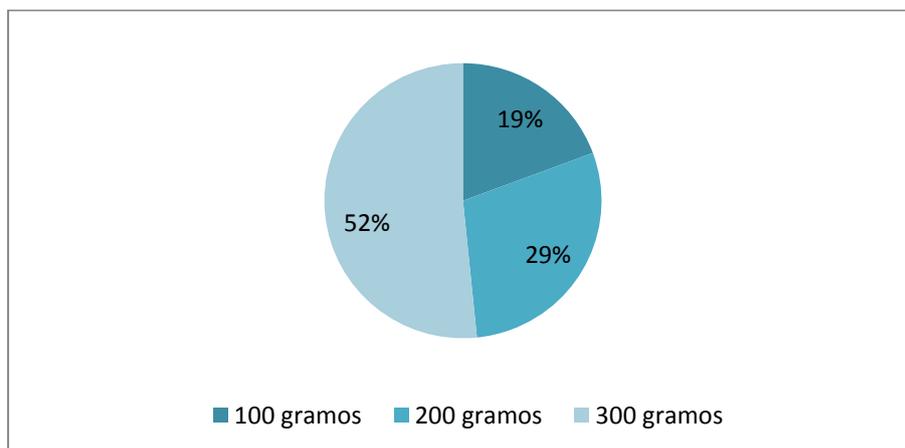
Tabla 9. Cantidad de frascos a ser importados semestrales en miles.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
100 gramos	8	19,00%
200 gramos	10	29,00%
300 gramos	16	52,00%
Total:	34	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 19. Cantidad de frascos a ser importados semestrales en miles.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la quinta pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 52% de los importadores están interesados en comprar frascos de 300 gramos, el 29% de los importadores eligieron frascos de 200 gramos mientras que el 19% de los importadores indicaron que los frascos de 100 gramos serían los adecuados para comprar por primera ocasión. Lo cual representa que un gran porcentaje de los importadores de productos alimenticios de Miami están interesados en importar frascos de 300 gramos de las conservas de banano orito con guayaba ecuatoriana.

Pregunta 6: Utiliza contratos de compra venta internacional para sus operaciones de importación.

Tabla 10. Uso de contratos de compra venta internacional en importaciones.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	44	29,00%
No	18	71,00%
Total	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 20. Uso de contratos de compra venta internacional en importaciones.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la sexta pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera: el 71% indicó que “sí” utiliza contratos de compra venta en sus negociaciones internacionales mientras que el 29% indicó que “no” utiliza contratos de compra venta en sus negociaciones internacionales. Lo cual representa que el contrato de compra venta internacional es un documento de suma importancia al momento de hacer negocios con los importadores de productos alimenticios de Miami.

Pregunta 7: ¿Cuál es el término de comercio internacional (INCOTERM) que utiliza en sus importaciones?

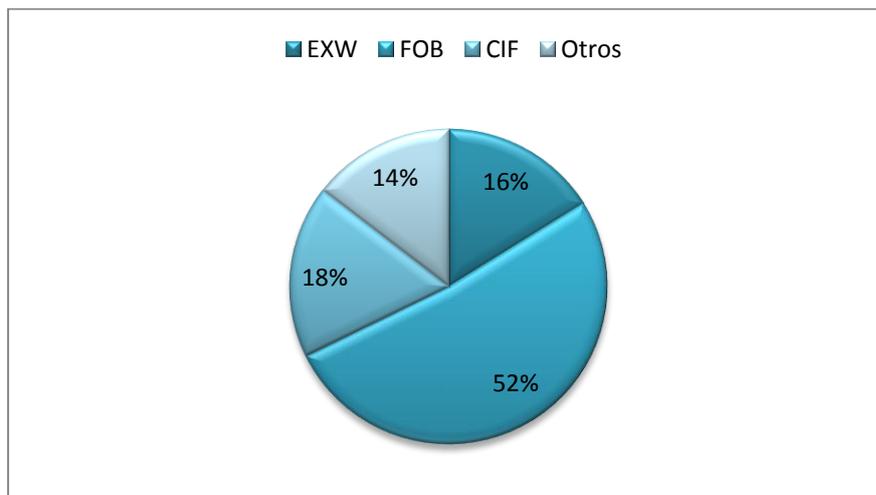
Tabla 11. Término de Negociación en las importaciones.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
EXW	10	16,00%
FOB	32	52,00%
CIF	11	18,00%
Otros	9	14,00%
Total	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 21. Término de Negociación en las importaciones.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la séptima pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera: el 52 utiliza como termino de negociación FOB, el 18% el término de negociación CIF, el 6% utiliza como término de negociación EXW y el 14% utiliza otro término de negociación. Lo cual representa que el termino de negociación que más emplean los importadores para sus negociaciones internacionales es el termino FOB.

Pregunta 8: Favor marcar ¿cuáles son las formas de pago que comúnmente utiliza en sus negociaciones?

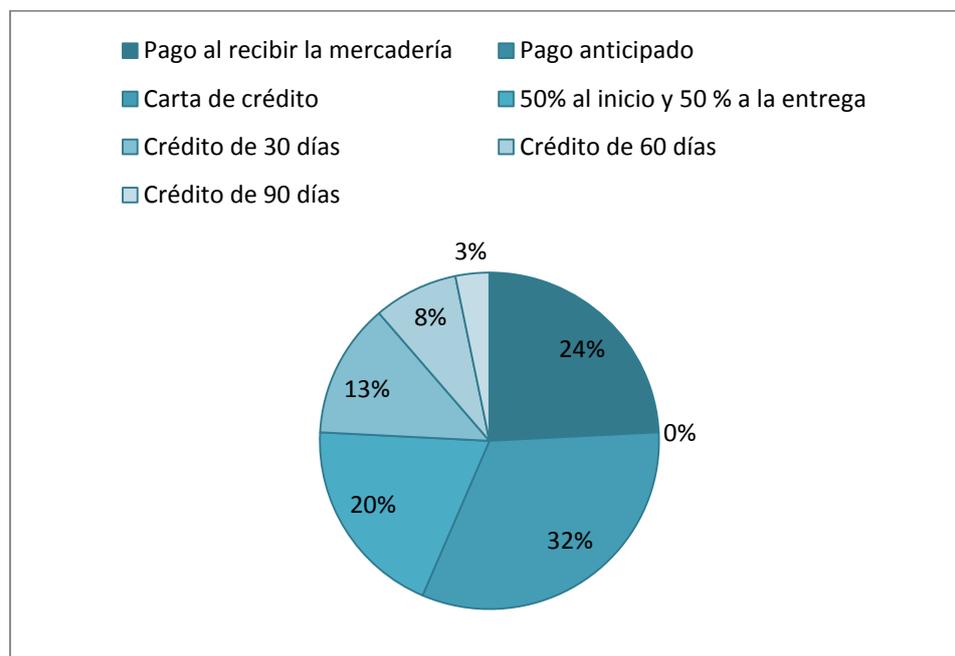
Tabla 12. Formas de pago.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pago al recibir la mercadería	15	24,00%
Pago anticipado	0	00,00%
Carta de crédito	20	32,00%
50% al inicio y 50 % a la entrega	12	20,00%
Crédito de 30 días	8	13,00%
Crédito de 60 días	5	8,00%
Crédito de 90 días	2	3,00%
Total:	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 22. Formas de pago.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la octava pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 32% de los importadores de Miami indicó que la forma de pago que más utiliza es la Carta de Crédito para la exportación , el 24% de los importadores indicó que la forma de pago que utilizan es de inmediato al recibir la mercadería , el 20% realiza el pago en 50% antes de la entrega de la mercadería el 50% después de recibir la mercadería, el 13% de los importadores indicó que sus proveedores le otorgan crédito de 30 días para pagar sus importaciones, el 8% de los importadores indicó que sus proveedores le otorgan crédito de 60 días para pagar sus importaciones mientras que el 3% de los importadores indicaron que sus proveedores le otorgan crédito de 90 días . Lo cual representa que un gran porcentaje de importadores utilizan cartas de crédito para realizar el pago de sus importaciones.

Pregunta 9: ¿A qué precio se vende este tipo de productos a sus distribuidores?

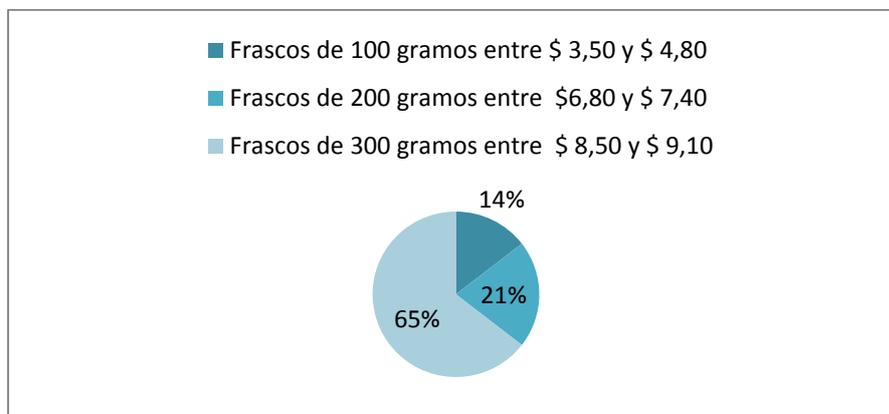
Tabla 13. Nivel de precio de venta al público por unidad.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Frascos de 100 gramos entre \$ 3.50 y \$ 4,80	9	14,00%
Frascos de 200 gramos entre \$6.80 y \$ 7.40	13	21,00%
Frascos de 300 gramos entre \$ 8.50 y \$ 9,10	40	65,00%
Total:	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 23. Nivel de precio de venta al público por unidad



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la novena pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 65% de los importadores vende al consumidor final entre \$8.50 y \$ 9,10 el frasco de 300 gramos de conservas de frutas, el 21% de los importadores vende el frasco de 200 gramos de conservas de fruta al consumidor final a un precio entre \$6,80 y \$ 7,40 mientras que el 14% de los importadores vende el frasco de 100 gramos de conservas de frutas a un precio entre \$ 3,50 y \$ 4,80. Lo cual representa que un gran porcentaje de importadores de productos alimenticios vende frascos de 300 gramos a un precio considerable.

Pregunta 10: ¿Qué productos similares de la conserva de banano orito con guayaba se comercializan en su país?

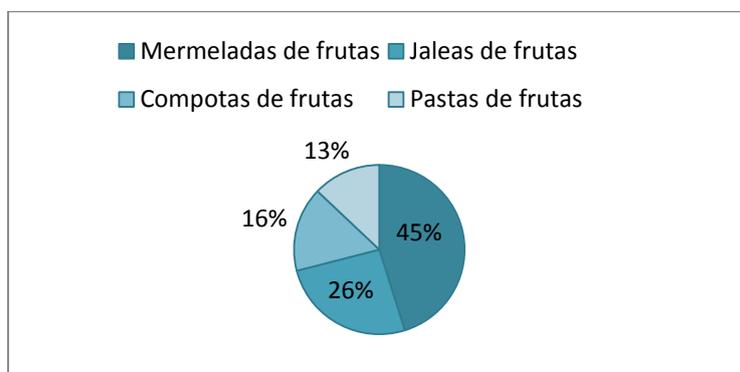
Tabla 14. Productos similares a la conserva de banano orito con guayaba que se comercializan en Estados Unidos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mermeladas de frutas	28	45,00%
Jaleas de frutas	16	26,00%
Compotas de frutas	10	16,00%
Pastas de frutas	8	13,00%
Total	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 24. Productos sustitutos conserva de banano orito con guayaba que se comercializan en Estados Unidos.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, el 45% de los importadores indicó que el producto sustituto de las conservas de frutas que se comercializa en Miami son las mermeladas, el 26% de los importadores indicó que las jaleas son el producto similar a las conservas que se comercializa en Miami, el 16% de los importadores indicó que las compotas son el producto similar a las conservas que se comercializa en su país mientras que el 13% indicó que las pastas de frutas son el producto sustituto de las conservas que se comercializa en su país.

Pregunta 11: Nombre algunas marcas de conservas, con mayor consumo en su país.

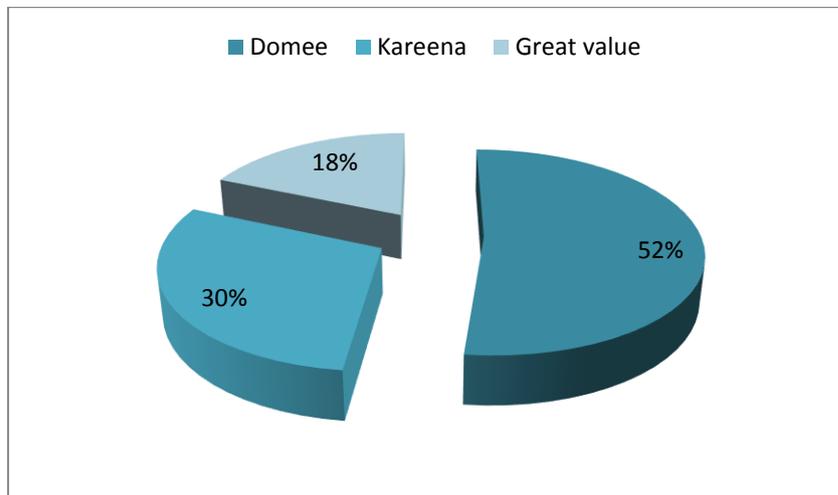
Tabla 15. Marcas de conservas que tienen mayor acogida en Estados Unidos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Domee	28	52,00%
Kareena	16	30,00%
Great value	10	18,00%
Total	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 25. Marcas de conservas que tienen mayor acogida en Estados Unidos.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, el 52% de los importadores consideran que la marca de conservas que más se comercializan en su país es la Domee, el 30% considera que la marca que más se comercializa es Kareena y el 18% considera que la marca Great value es la que más se comercializa en su país. Lo que representa que la marca Domee sería la competencia directa de los productores artesanales.

Pregunta 12: ¿A quiénes comercializa sus productos alimenticios?

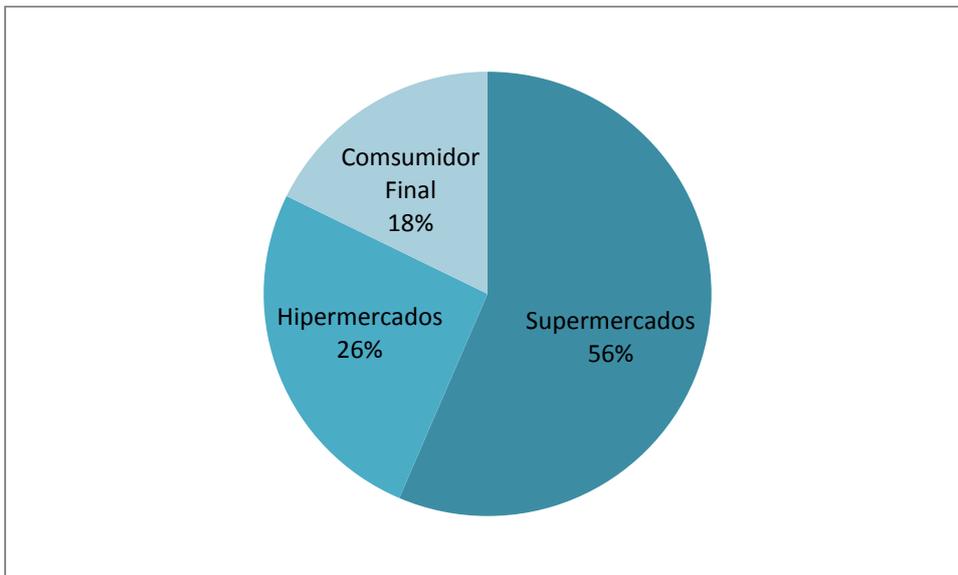
Tabla 16. Lugares de comercialización de productos alimenticios.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	35	56,00%
Hipermercados	16	26,00%
Consumidor Final	11	18,00%
Total	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 26. Lugares de comercialización de productos alimenticios.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, el 56% indicó que los supermercados son el sitio que más comercializan sus productos mientras que el 26% indicó que ellos comercializan sus productos a los hipermercados y el 18% indicó que ellos comercializan sus productos directamente hacia el consumidor final. Lo que representa que los importadores prefieren vender sus productos a los supermercados.

Pregunta 13: ¿Le gustaría recibir información sobre la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A y sus productos?

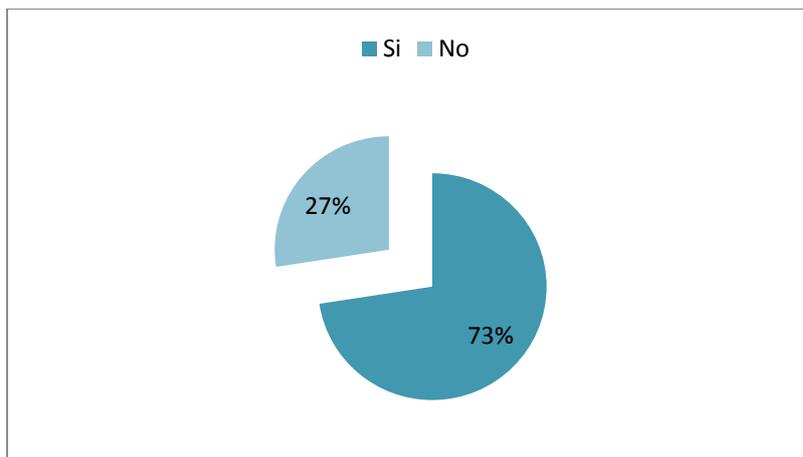
Tabla 17. Recibir información de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	73,00%
No	15	27,00%
Total	62	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 27. Recibir información de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, el 73% de los importadores indico que “si” están interesados en recibir información de los productos que vende los productores artesanales “El Alto” S.A mientras que el 27% de los importadores indico que “ no” están interesados en recibir información de los productos que venden los productores artesanales “ El Alto”. Lo que demuestran que la gran mayoría de importadores si están interesados en recibir información de los productos que venden los productores artesanales “El Ato”.

Pregunta 14: Favor marcar los tipos de información que le gustaría recibir.

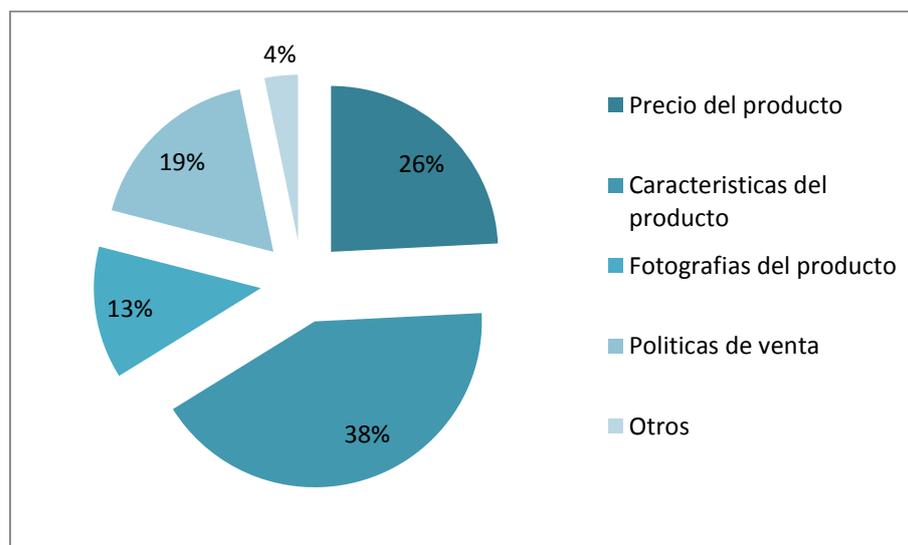
Tabla 18. Tipo de información que desea recibir de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio del producto	18	38,00%
Características del producto	12	26,00%
Fotografías del producto	6	13,00%
Políticas de venta	9	19,00%
Otros	2	4,00%
Total	47	100,00%

Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 28. Tipo de información que desea recibir de la empresa Productores Artesanales “El Alto” S.A.



Fuente: Empresas importadoras de productos alimenticios en Miami - Estados Unidos.

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, el 38% indicó que estaría interesado en saber el precio del producto mientras que el 26% indicó que estaría interesado en conocer las características del producto que ofrece la empresa, en cuanto al restante de importadores están interesados en recibir otro tipo de información como fotografías del producto, políticas de venta entre otros, Lo que representa que la gran mayoría de importadores están interesados en conocer el producto a ser exportados.

3.6. Análisis de los resultados

Esta parte del presente trabajo fue hecha en base a una encuesta internacional online aplicada a 62 empresas importadoras de productos alimenticios de la ciudad de Miami-Estados Unidos.

Cada pregunta de la presente encuesta fue desarrollada con el objetivo de conocer el nivel de aceptación que tendrá el producto a ser exportado y a su vez tener en cuenta varios aspectos para ingresar a este mercado entre ellos la competencia, precios de venta, puntos de ventas del producto.

De la encuesta se pudo obtener la siguiente información: posibles lugares de venta del producto, precios de referencias para la venta, nivel de consumo de conservas de frutas entre otros.

El total de encuestados consideran que si están dispuestos a importar la conserva de banano orito con guayaba ya que actualmente se encuentran importando conservas de frutas desde Ecuador y necesitan diversificar la variedad de conservas que importan desde nuestro país.

A través de la encuesta se pudo observar el nivel de aceptación que tiene la producción nacional ecuatoriana ante el mercado de Estados Unidos aunque el ingreso a este mercado es complicado para los productores y exportadores ecuatorianas han sabido manejar estas barreras cumpliendo con los requisitos establecidos por el país de destino de sus exportaciones

Como conclusión tenemos que las conservas de banano orito con guayaba tendrán una acogida representativa en el mercado sugerido para la exportación.

3.7. Encuesta a los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas.

3.7.1. Población y Muestra

La población demuestra un promedio de 90 productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, Cantón Rio verde, Provincia de Esmeraldas, los cuales son consideradas para sacar el tamaño de la muestra y así llevar a cabo la investigación; y que sirvió para determinar con mayor autenticidad la viabilidad del presente trabajo investigativo.

Se aplicó la siguiente fórmula:

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$	donde: $n_o = p*(1-p)* \left(\frac{Z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

Simbología:

- n: tamaño de la muestra
- N: tamaño de la población
- p: posibilidad de que ocurra un evento, p=0.5
- a: posibilidad de no ocurrencia de un evento, a= 0.5
- d: error, se considera el 5%; d= 0.05
- Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1.96

Para determinar la muestra del presente estudio se tomó en consideración los siguientes datos:

Tabla 19. Tamaño de la muestra

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 90 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	38	43	48	54	61	67	74	80	85	89
95%	46	51	56	62	67	73	78	83	87	89
97%	51	56	60	65	71	76	80	84	87	89
99%	58	63	67	71	75	79	83	86	88	90

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Después de aplicar la fórmula a través de una tabla de Excel, se reveló un tamaño de muestra de 73, por lo tanto es el número de encuestas que se aplicó a los productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, Cantón Rio verde, Provincia de Esmeraldas.

3.8. Interpretación de los resultados

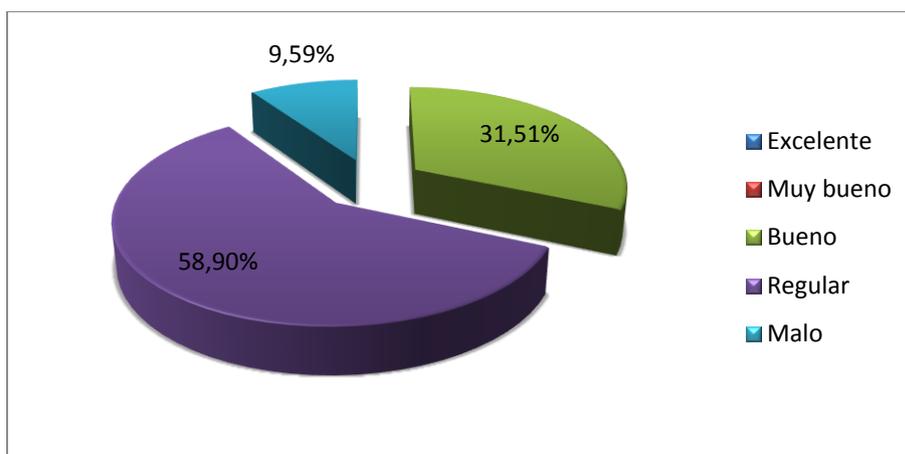
Pregunta 1: ¿Cómo califica usted el movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba, que tiene hasta el momento?

Tabla 20. Movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0,00%
Muy bueno	0	0,00%
Bueno	23	31,51%
Regular	43	58,90%
Malo	7	9,59%
Total:	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 29. Movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba



Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”

Elaborado por: Cortez, Mayra

Del total de los encuestados, en la primera pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera: el 31,51% de los productores considera como “bueno” el movimiento de ventas de conservas, el 58,90% considera como “regular” y el 9,59% considera como “malo” el movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba. Lo cual representa que un gran porcentaje de los productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, califican el movimiento de ventas que tiene hasta el momento como regular, debido a que sus clientes han disminuido su volumen de compra, ya sea por la situación económica del cliente o por el hecho que el productor no demuestra iniciativa de vender el producto hacia nuevos mercados.

Pregunta 2: ¿Cree usted en la idea de exportar su producción artesanal?

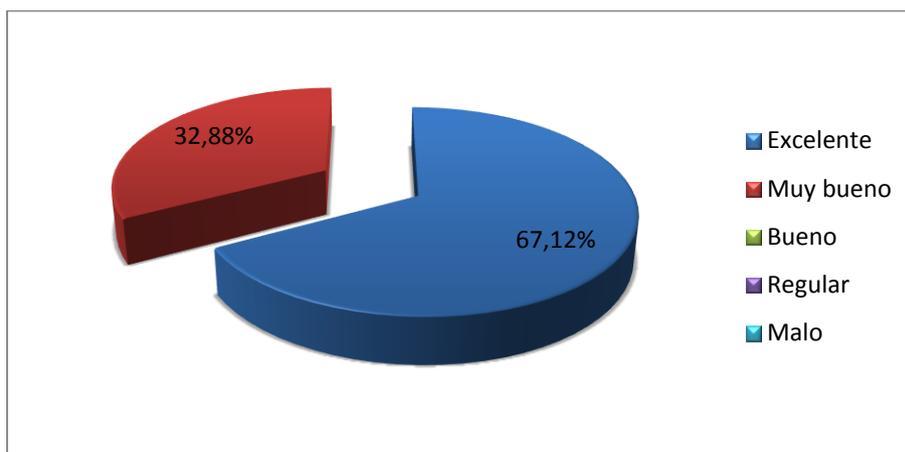
Tabla 21. Idea de exportar la producción artesanal

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	49	67,12%
Muy bueno	24	32,88%
Bueno	0	0,00%
Regular	0	0,00%
Malo	0	0,00%
Total:	73	100,00%

Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 30 . Idea de exportar la producción artesanal.



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la segunda pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 67,12% de los productores indicaron como “excelente” la idea de exportar las conservas de banano orito con guayaba y el 32,88% de los productores indicaron como “muy bueno” la idea de exportar las conservas de banano orito con guayaba. Lo cual representa que la totalidad de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto” ven como eficiente la idea de exportar este producto hacia nuevos mercados. Demostrado que es necesario un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba, que proyecte la internacionalización de su producto.

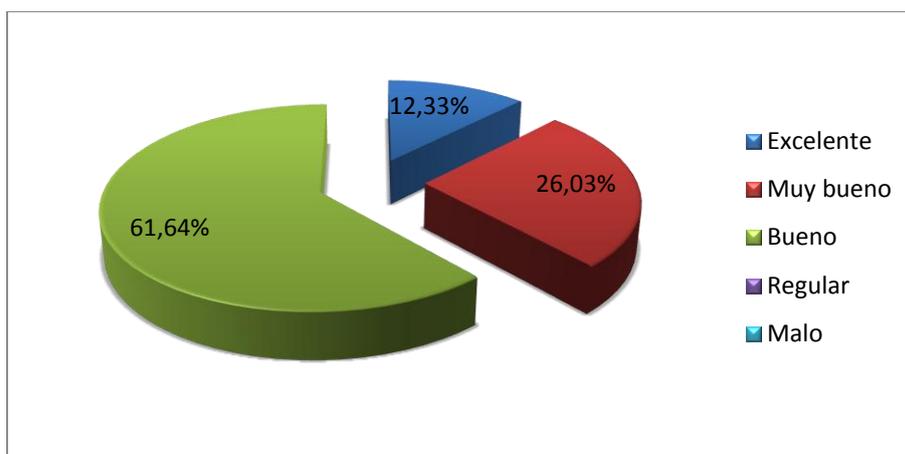
Pregunta 3: ¿Cómo considera usted la aceptación de la conserva de banano orito con guayaba que produce a nivel local?

Tabla 22. Aceptación de la conserva de banano orito con guayaba

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	9	12,33%
Muy bueno	19	26,03%
Bueno	45	61,64%
Regular	0	0,00%
Malo	0	0,00%
Total:	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 31. Aceptación de la conserva de banano orito con guayaba



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la tercera pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 12,33% indico que la aceptación de las conservas es “excelente” por parte de los consumidores a nivel local , el 26,03% indico que la aceptación de las conservas es “muy bueno” y el 61,64% indico que la aceptación de las conservas es “bueno”. Lo cual representa que desde el punto de vista de los productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, consideran que su producto tiene una aceptación considerable para ser vendido hacia nuevos mercados, destacando que su producto se caracteriza por tener un sabor exquisito.

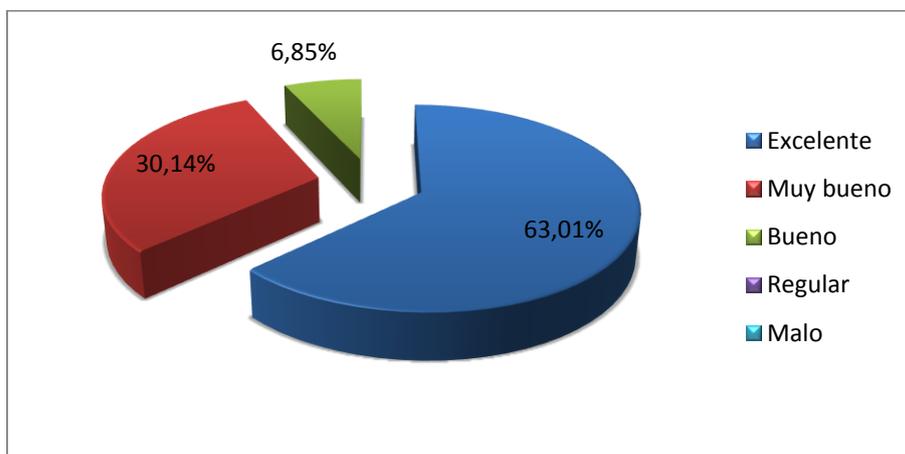
Pregunta 4: ¿Cree en la idea de que su producto la conserva de banano orito con guayaba sea reconocida en el extranjero?

Tabla 23. Idea de que la conserva de banano orito con guayaba sea reconocida en el extranjero

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	46	63,01%
Muy bueno	22	30,14%
Bueno	5	6,85%
Regular	0	0,00%
Malo	0	0,00%
Total:	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 32. Idea de que la conserva de banano orito con guayaba sea reconocida en el extranjero



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la cuarta pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 63,01% califica como “excelente” la idea de dar a conocer las conservas de banano con guayaba al mercado extranjero, el 30,14% califica como “muy bueno” la idea de dar a conocer las conservas de banano orito al mercado extranjero y el 6,85% considera como “bueno” la idea de dar a conocer las conservas de banano orito con guayaba al mercado extranjero. Lo cual representa que los productores de conservas de banano orito con guayaba desean que su producto sea reconocido en el extranjero, con la finalidad darle al sitio “El Alto” una mejor promoción, acerca de la calidad de su producción tanto a nivel nacional como internacional.

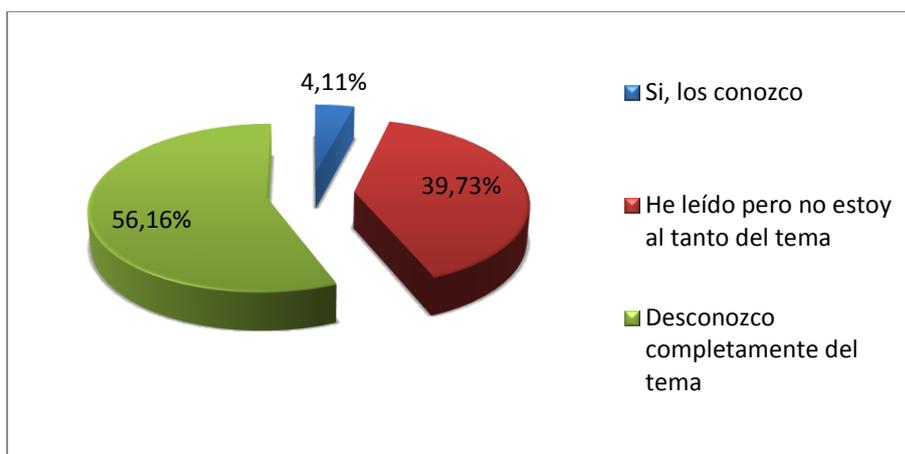
Pregunta 5: ¿Conoce usted sobre proyectos de exportación de productos artesanales?

Tabla 24. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos artesanales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si, los conozco	3	4,11%
He leído pero no estoy al tanto del tema	29	39,73%
Desconozco completamente del tema	41	56,16%
Total:	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 33. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos artesanales



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la quinta pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 4,11% “si conocen” los proyectos relacionados con la exportación de productos artesanales, el 39,73% “han leídos pero no están al tanto del tema” y el 56,16% “desconocen completamente del tema”. Lo cual representa que un gran porcentaje de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto” necesitan una herramienta que les permita desarrollar sus conocimientos sobre los procesos inmersos en la internacionalización de su producto.

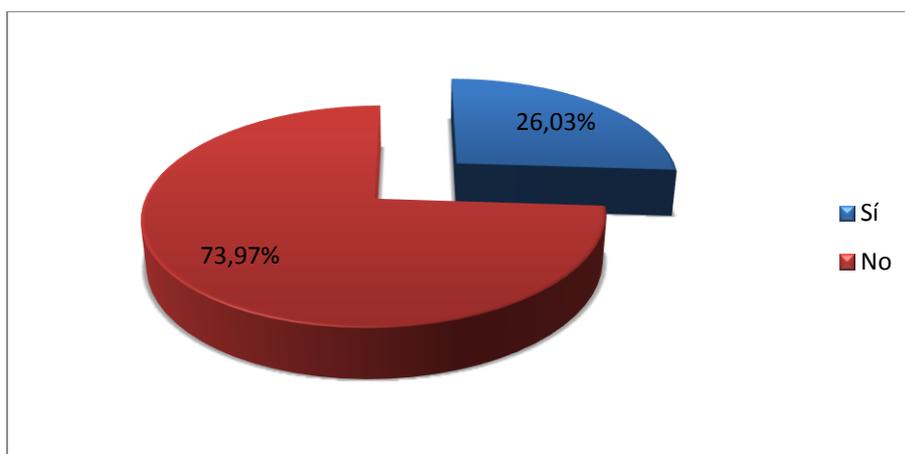
Pregunta 6: ¿Su actividad como productor artesanal, genera los recursos financieros suficiente para sustentar su estilo de vida?

Tabla 25. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	26,03%
No	54	73,97%
Total	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 34. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la sexta pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 26,03% considera que “sí” genera los recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida su actividad como productor artesanal mientras que el 73,97% “no” considera que genera los recursos financieros suficientes para sustentas su estilo de vida su actividad como productor artesanal. Lo cual representa que la actividad comercial de un gran porcentaje de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, no genera suficientes recursos para mantener su estilo de vida, por lo que es necesario generar una herramienta que les permita obtener nuevos mercados de destino, con la finalidad que esta población tenga mejores ingresos económicos.

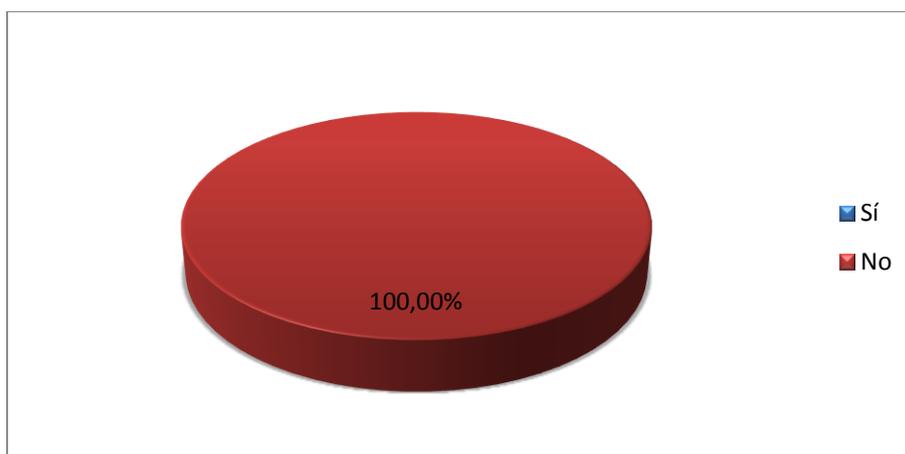
Pregunta 7: ¿Su unidad productora forma parte de alguna asociación que promueva la exportación?

Tabla 26. Parte de alguna asociación que promueva la exportación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0,00%
No	73	100,00%
Total	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 35. Parte de alguna asociación que promueva la exportación



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la séptima pregunta las respuestas fueron concedidas con una particularidad única, la cual fue que la totalidad de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto” no forman parte de alguna asociación que promueva la exportación, lo que significa que sus intenciones por poner su producción hacia un mercado internacional, se ven distanciadas por la escaso soporte técnico que han recibido hasta el momento.

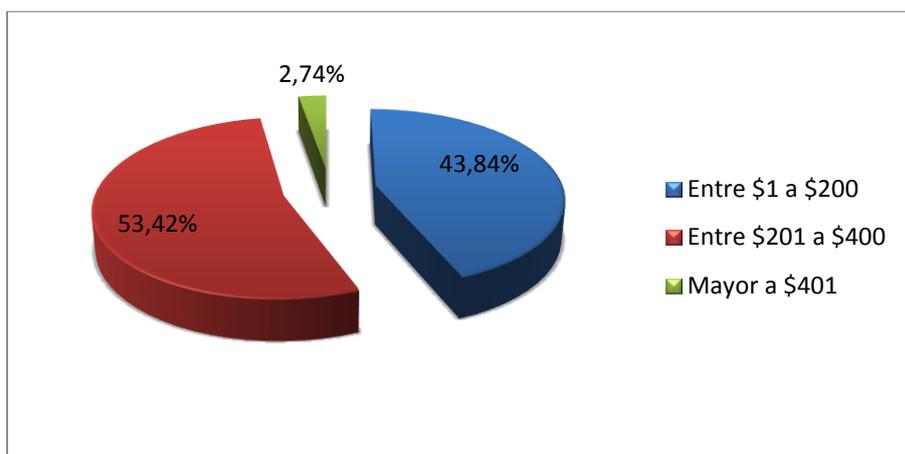
Pregunta 8: ¿Su ingreso mensual como productor artesana es?

Tabla 27. Ingreso mensual como productor artesana

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$1 a \$200	32	43,84%
Entre \$201 a \$400	39	53,42%
Mayor a \$401	2	2,74%
Total:	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 36. Ingreso mensual como productor artesana



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la octava pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 43,84% indicaron que sus ingresos mensuales están “entre \$1 a \$200”, el 53,42% indicaron que sus ingresos “entre \$201 a \$400” y el 2,74% “mayor a \$401”. Lo cual representa que un gran porcentaje de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, no superan el salario básico con tan solo la venta de su producción y necesitan realizar otras actividades comerciales para obtener una mejor sustentación económica.

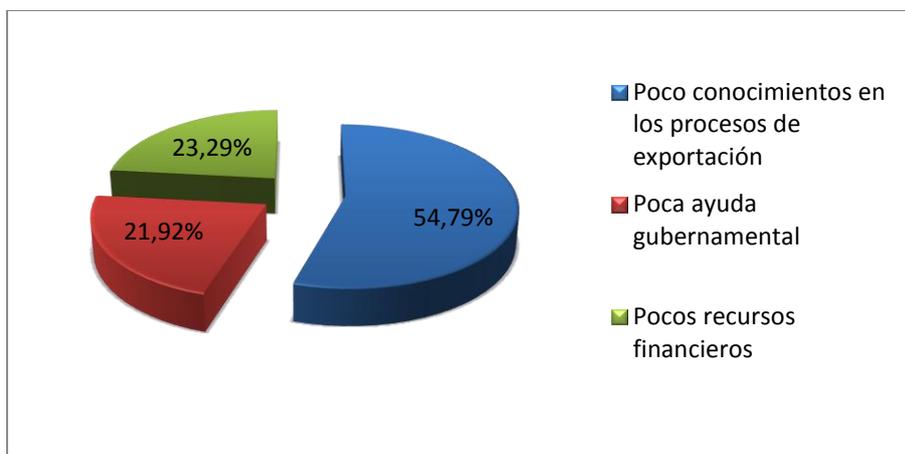
Pregunta 9: ¿Qué aspectos cree usted que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de la conserva de banano orito con guayaba?

Tabla 28. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de la conserva de banano orito con guayaba

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Limitados conocimientos en los procesos de exportación	40	54,79%
Falta de ayuda de organismos estatales	16	21,92%
Escasos recursos financieros	17	23,29%
Total:	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 37. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de la conserva de banano orito con guayaba



*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, en la novena pregunta las respuestas fueron concedidas de la siguiente manera, el 54,79% “limitados conocimientos en los procesos de exportación”, el 21,92% “falta de ayuda gubernamental” y el 23,29% “escasos recursos financieros”. Lo cual representa que un gran porcentaje de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto” necesitan un plan de exportación de su producción, con la finalidad de proyectar su producto hacia nuevos mercados internacionales.

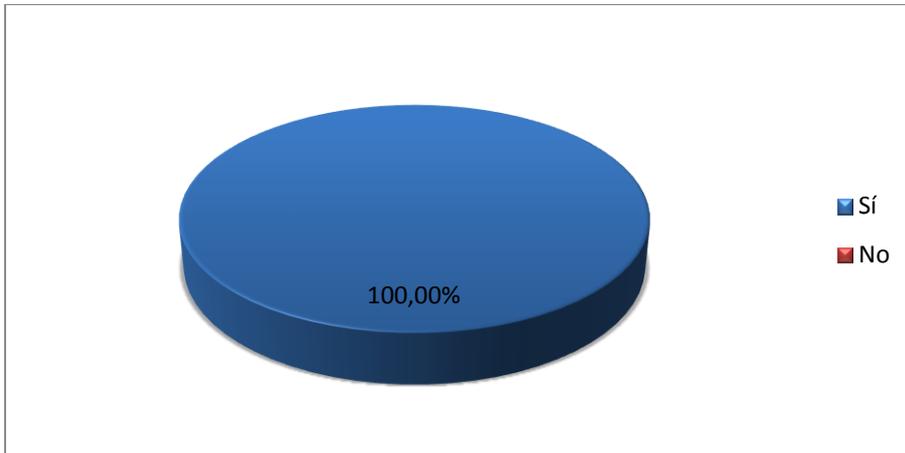
Pregunta 10: ¿Estaría usted de acuerdo en poner en marcha un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba, con la finalidad de que su producto sea reconocido internacionalmente?

Tabla 29. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sí	73	100,00%
No	0	0,00%
Total	73	100,00%

*Fuente: Productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Figura 38. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba



*Fuente: productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”
Elaborado por: Cortez, Mayra*

Del total de los encuestados, el 100% de productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto” están de acuerdo en poner en marcha un plan de exportación de su producción y así sea reconocido internacionalmente. Lo que demuestra la fiabilidad de la propuesta del presente trabajo de investigación, planteando así también, que esta herramienta será utilizada como base para el desarrollo socioeconómico de esta población.

3.9. Análisis de los resultados

Esta parte del presente trabajo fue hecha en base a una encuesta local escrita aplicada a 73 individuos del sector artesanal que involucro a los productores del cantón Rio verde, sitio El Alto, provincia de Esmeraldas (Ver anexo 6).

Cada pregunta de la presente encuesta fue desarrollada con el objetivo de conocer la capacidad exportable tanto en producción y conocimientos por parte de los productores artesanales del cantón Rio verde, sitio El Alto, provincia de Esmeraldas.

De la encuesta se pudo obtener la siguiente información: capacidad de producción de los productores, el interés de dar a conocer su producto al mercado internacional y la disponibilidad de los mismos para llevar a cabo dicho proceso de internacionalización, los conocimientos que tienen los productores en cuanto a requisitos tanto a nivel nacional e internacional

El total de encuestados consideran que desconocen y tienen pocos conocimientos sobre los procesos a seguir para vender sus productos a nivel internacional y a su vez no cuenta con el apoyo suficiente de organismos estatales.

El producto que comercializan a nivel local tiene una gran acogida y es la principal fuente de ingresos para la comunidad del sitio El Alto, pasó de ser un pasatiempo familiar a convertirse en sus ingresos mensuales para subsistir.

La producción de la conserva de banano orito con guayaba les toma un lazo 4 horas, desde el proceso de cortado la cocción total del producto, el proceso es realizado a mano y la materia prima para su elaboración proviene de las diferentes zonas de cultivo de la región.

A través de la encuesta se pudo observar el entusiasmo que ponen los productores que va desde la producción hasta la comercialización del producto, la amabilidad de la gente que compone la comunidad es inigualable los clientes quedan satisfecho con su producción y la atención de calidad que se les ofrece.

Como conclusión tenemos que la aplicación de un plan de exportación serviría de mucha ayuda a los productores de esta comunidad para que a través del mismo puedan tener una guía para cumplir con su objetivo a corto plazo dar a conocer su producto a nivel internacional.

Capítulo IV

Propuesta

“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito guayaba para los productores artesanales del cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas”

4.1. Justificación de la propuesta

Para el actual trabajo de investigación se planteó diseñar un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, cantón Río verde, Provincia de Esmeraldas. Debido a que después de realizar la investigación se pudo verificar que desconocen los procesos de exportación y los beneficios que otorga la internacionalización de su producción.

La capacidad de producción que poseen los productores es rentable para la exportación del producto y los costos de producción son relativamente bajos siendo esto un factor muy importante al momento de tomar la decisión de lanzarse al mercado exterior ya que el éxito de la exportación es obtener la rentabilidad de la misma minimizando los costos.

Otra aspecto muy importante que se debe considerar para la internacionalización de un producto es la diversificación de mercado, según datos estadísticos de Un Comtrade Database Ecuador cuenta con 10 países que importan conservas entre los principales tenemos a Francia, Estados Unidos y Argentina es decir la diversificación de mercado para las conservas de banano orito con guayaba es amplia, los productores tienen un amplio mercado para destinar sus exportaciones.

Actualmente el gobierno ecuatoriano se encuentra estableciendo acuerdos comerciales con diferentes bloques comerciales a nivel internacional que faciliten el ingreso de mercancías a diferentes países del mundo entre esos acuerdos se encuentra el SGP firmado el 11 de noviembre del 2016 con la Unión Europea dicho acuerdo permite el ingreso de productos ecuatorianos a países de la UE exonerado del pago de aranceles aduaneros.

Determinar los procesos adecuados para exportar sirve de mucha ayuda ya que a través de estos se puede dar a conocer lo que se debe realizar antes de lanzar un producto al mercado extranjero entre esos procesos se encuentra el conocimiento de requisitos tanto a nivel nacional como internacional para ingresar al mercado de destino y elegir la mejor cadena logística para el transcurso del producto hasta su destino final.

Desarrollar un plan de exportación es importante porque contribuirá al desarrollo socioeconómico de los productores del sitio “El Alto”, éste se realiza con la finalidad de que conozcan los mecanismos técnicos para exportar su producto. Se cuenta con un gran volumen de producción que fácilmente se adaptará a la demanda de los consumidores internacionales; para la presente propuesta se tomará como punto de arranque Miami, Estados Unidos.

4.2. Desarrollo de la Propuesta

DISEÑO DE UN PLAN DE
EXPORTACIÓN DE
COSERVAS DE BANANO
ORITO CON GUAYABA
PARA LOS PRODUCTORES
ARTESANALES DEL
CANTÓN RÍO VERDE,
PROVINCIA DE
ESMERALDAS

A glass jar filled with a dark brown jam. The jar has a blue and white patterned lid. The label on the jar features a central image of a banana, a guava, and a slice of watermelon. Text on the label includes 'BANANO CRITO WITH GUAYABA' in a green box and 'Net Weight: 300g' in a red box. The background of the label is white with some faint text.



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.3. Contenido del Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas.

Requisitos para ser exportador ante El Servicio de Aduana del Ecuador

Requerimientos para la obtención del Certificado de Firma Digital o Token.

Requerimientos para el registro de exportador en el Sistema Ecuapass.

Trámite para la Declaración Juramentada de Origen.

Aspectos para la exportación

Requisitos para ingresar al mercado de destino “FDA”

Término de negociación (Incoterms)

Forma de pago

Cadena de valor

Análisis FODA

Aplicación de las teorías del comercio internacional

Comercialización del producto

Logística

Proceso de Exportación ante el SENA E

Operación de exportación

Análisis de los costos y gastos para la exportación



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.4. Requisitos para ser exportador ante El Servicio de Aduana del Ecuador

Para poder exportar la conserva de banano orito con guayaba desde el sitio “El Alto”, Cantón Rio verde, Provincia de Esmeraldas, es necesario cumplir los siguientes documentos ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E:

Tabla 30. Documentos a presentar

RUC de exportador.	Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas
Factura comercial original.	Se pueden emitir una vez obtenido el ruc del exportador
Autorizaciones previas (FDA)	Revisar punto
Registro como exportador	Se debe registrar en la página web del SENA E
Documento de Transporte	Se lo obtiene en la Agencia Naviera que enviara la conserva de banano orito con guayaba hacia Miami.

Fuente: (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2010)

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.5. Requerimientos para la obtención del Certificado de Firma Digital o Token.

Se acudirá a cualquiera de las dos instituciones acreditadas para emitir el certificado de firma digital o token como son: Security Data y el Banco Central del Ecuador, la firma digital se la puede obtener de varias maneras entre ellas como: persona natural, representante legal de la empresa o como miembro de empresa a través de la institución Security Data.

Se debe proceder de la siguiente manera:

1. Ingresar a la página web de Security Data.(www.securitydata.net.ec)
2. Dirigirse al menú firma electrónica.
3. Revisar los requisitos necesarios de acuerdo a la forma que se desea obtener la firma electrónica.
 - Certificados Persona Natural
 - Certificados Representante Legal

4. Seleccionar la modalidad de la atención.

- Cita previa
- Videoconferencia
- Visita a domicilio
- Servicio express
- Video Express

5. Enviar los requisitos a las direcciones de correo electrónico de security data, los cuales revisaran los documentos enviados y darán el ok de los mismos.

Representante Legal (personas jurídicas):

- ✓ Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros y **papeleta de votación en caso de que este obligado a sufragar**. En caso de cédulas enviar por correo un scan de la cédula actual a color ya que se validará la información con el registro civil y esta debe coincidir.
- ✓ RUC electrónico descargado de la página del SRI (lo puede descargar de <https://declaraciones.sri.gob.ec> con su usuario y clave en: **GENERAL > CERTIFICADOS TRIBUTARIOS > REIMPRESIÓN DE RUC**).
- ✓ Original o copia notariada y legible del nombramiento del representante legal vigente.
- ✓ Original o copia notariada de la constitución de la Empresa solicitante.
- ✓ Formulario de Representante Legal Lleno. **(En la primera hoja encontrara un instructivo para llenar el formulario, no es necesario firmarlo)**.

Personas natural:

- ✓ Ser persona física y mayor de edad.
- ✓ Original de la Cédula de ciudadanía o pasaporte en casos de extranjeros y **papeleta de votación en caso de estar obligado a sufragar**. En caso de cédulas por favor enviar por correo un scan de la cédula actual a color ya que se validará la información con el registro civil y esta debe coincidir.

- ✓ RUC electrónico (Solo Para Agentes de Aduana o importadores/exportadores, para personas que vayan usar facturación electrónica, es obligatorio adjuntar el RUC) descargado de la página del SRI el cual lo puede descargar en <https://declaraciones.sri.gob.ec> con su usuario y clave en GENERAL>CERTIFICADOS TRIBUTARIOS>REIMPRESIÓN DE RUC.
 - ✓ Formulario de Persona Natural lleno. (En la primera hoja encontrara un instructivo para llenar el formulario, no es necesario firmarlo).
6. Recibirá un correo electrónico confirmando la aceptación de los documentos.
 7. Cancelar los valores correspondientes según tarifas establecidas por Security Data de \$ 135,15 + IVA que incluye la firma electrónico y dispositivo Token epass 3003.
 8. Finalmente se debe acudir a la cita (modalidad cita previa la cual no tiene costo adicional) con el comprobante de pago y un funcionario de security data entregara el token más la clave de acceso.

Figura 39. Imagen dispositivo Token.



Fuente: (Security Data, 2010)

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.6. Requerimientos para el registro de exportador en el Sistema Ecuapass.

Procedimiento para el registro en portal Aduanero Ecuapass:

Figura 40. Portal web Ecuapass



Fuente: (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2011)

Elaborador por: Cortez, Mayra

1. La persona Natural o Jurídica una vez obtenido su certificado de firma electrónica debe acceder al portal: <https://portal.aduana.gob.ec/>
2. Dar clic en la opción **“Solicitud de Uso”**.
3. Dar clic en **“Solicitud de Uso del Representante”**.
4. Se debe llenar los campos señalados con * **de color rojo** los cuales son de carácter obligatorio.

Nota: en el casillero Recibir mensajes SMS, el beneficiario deberá elegir, en caso de colocar la opción **Recibir** se deberá colocar obligatoriamente un número telefónico donde recibirá las notificaciones y este servicio tiene un costo. O en su defecto podrá colocar la opción **No Recibir**

5. Seleccione la Opción que corresponda en Tipo de Oces: **“Imp. /Exportador”**.
6. Se debe Agregar la autenticación de la firma electrónica de acuerdo a los siguientes print de pantalla:

7. Se deberán registrar los documentos concernientes a la empresa, para el caso de Personas Naturales: Ruc, papeleta de votación y cédula de ciudadanía. Para el caso de Personas Jurídicas: Ruc, Nombramiento, cédula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal en Formato de PDF y que no exceda 1MB.
8. Registrar y aceptar las condiciones de uso del Portal Ecuapass, y proceder como en el Punto 6.
9. La solicitud será derivada a SENA E para su aprobación.

Importante:

En caso de que SENA E no apruebe la solicitud enviada, se podrá consultar los motivos al correo atencionalusuario@aduana.gob.ec . Es importante que el beneficiario no mantenga obligaciones pendientes con las instituciones públicas como son SRI e IESS.

4.7. Trámite para la Declaración Juramentada de Origen.

Este trámite se realiza en la Ventanilla Única en el portal web del Ecuapass

Figura 41. Ventanilla Única Ecuapass.



Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2011)

Elaborador por: Cortez, Mayra

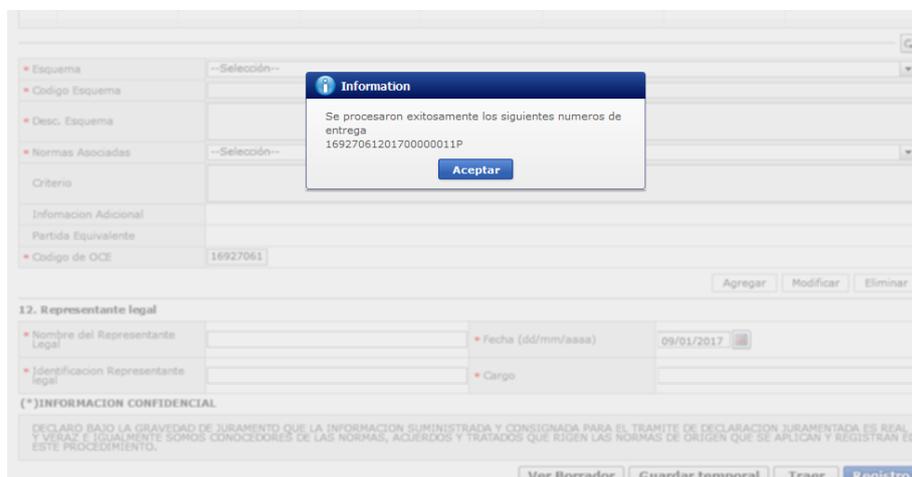
Por medio de la cual usuarios y operadores de comercio exterior adjuntan, envían y realizan toda clase de procedimientos y requerimientos para los trámites correspondientes.

Pasos para realizar este trámite:

1. Ingresar al login en Ecuapass.
2. Seleccionar la opción “Certificado de Origen y DJO dentro de la VUE.
3. Dentro del menú seleccionado, escoger la opción “Elaboración de DJO.
4. Seleccione el RUC y los demás datos solicitados en la DJO.
5. Para este trámite se debe escoger el acuerdo SGP / Estados Unidos, el cual se encuentra en la segunda opción.
6. Seleccionar la norma asociada a la mercadería, para este acuerdo son las siguientes:
 “A”: Artículo 2, (a) productos totalmente obtenidos en ese País Andino signatario.
 “B” Artículo 2 (b) productos obtenidos en un País Andino signatario que incorporen materiales que hayan sido totalmente obtenidos allí (...)

Una vez enviada la Declaración Juramentada de Origen (documento firmado con token) aparecerá el mensaje de confirmación, con el número de la misma.

Figura 42. Notificación de envió DJO.



Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2011)

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.8. Aspectos para la exportación.

4.8.1. Producto

Figura 43. Producto terminado



Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

El producto constituye el elemento primordial y por el cual las empresas son cada vez más competitivas en el mercado nacional e internacional, ya que buscan obtener una mejor calidad, entendiendo que esta variable comprende la capacidad y funcionalidad que cumple para la persona que lo adquiere. El producto de la presente investigación es la conserva de banano orito con guayaba, que se compone de varios atributos o características con el cual la organización identifica sus productos como realizados en el Ecuador; específicamente en el sitio “El Alto”, cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas.

4.8.2. Descripción del producto

4.8.2.1. Conserva de banano orito con guayaba

Figura 44. Conserva de banano orito con guayaba



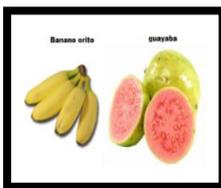
Fuente: Productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas

Elaborado por: Cortez, Mayra

La conserva de banano orito con guayaba, es un alimento que se vende se manera recurrente en sitio “El Alto”, cantón Río verde, provincia de Esmeraldas; goza de gran popularidad por su excelente sabor y textura. Esta es elaborada en condiciones óptimas para el consumo por un largo periodo de tiempo, por lo general por un lapso de un año en un lugar fresco y seco.

4.8.2.2. Ingredientes del producto

Figura 45. Banano orito y guayaba



Fuente: Productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas

Elaborado por: Cortez, Mayra

El orito es una variante más pequeña del banano, de aproximadamente 12 cm y con un sabor más dulce; también se lo denomina en inglés "finger banana" por sus dimensiones parecidas a un dedo. Por otro lado la guayaba es una fruta tropical de 8 cm, que contiene una gran riqueza en antioxidantes, superior a cualquier cítrico. Las frutas anteriormente mencionadas poseen un sabor exquisito y son degustadas en todo el continente americano.

4.8.3. Plaza

Las empresas productoras son las que pueden determinar sus canales de distribución para proporcionar sus productos a los consumidores, y lo pueden hacer de dos maneras mediante la utilización de canales directos y canales indirectos, los primeros hacen referencia al consumo o adquisición inmediata Organización-Comprador en Miami, en cuanto que los segundos constituyen un conjunto de intermediarios. Para el presente trabajo investigativo se enviará el contenedor hacia una empresa distribuidora de alimento en Miami, es decir el canal de distribución será directo.

Tabla 31. Aspectos generales de Miami

Población	408.568 habitantes
Superficie	143.148.642 km ₂
Idioma oficial	Inglés
Gentilicio	Miamense

Fuente: (Official Website of the City of Miami, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Miami es una ciudad-puerto ubicada al sureste de Florida, Estados Unidos, alrededor del río Miami, entre los Everglades y el océano Atlántico. Es considerada una ciudad globalizada, que tiene una parte representativa en las finanzas, los medios de comunicación, entretenimiento, artes y comercio internacional.

4.8.4. Precio

Para el presente proyecto la fijación de precio está basada en los costos de producción de cada conserva de banano orito con guayaba, al cual se le asigna un porcentaje de utilidad que la empresa desea obtener de esta manera se asigna el precio de venta al público, tomando en cuenta la cantidad actual pagada por los compradores en el mercado internacional; el cual será de \$ 33,84 por cada caja que contiene 24 unidades.



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.8.5. Promoción

La conserva de banano orito con guayaba se va a promocionar por medio de una página web donde se mostrará los métodos de producción y los estándares de calidad que se debe cumplir para obtener el producto final. Contando así también con las diferentes redes sociales como lo son: Facebook, Twitter e Instagram; con un monitoreo y actualización constante para obtener mayores visitas y poder ganar un mayor posicionamiento en la red.

4.8.6. Clasificación arancelaria del producto

La clasificación arancelaria de la conserva de banano orito con guayaba es la siguiente:

Tabla 32 . Clasificación Arancelaria

Sección IV	Productos de las industrias alimentarias, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida arancelaria 20.08	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.
Subpartida arancelaria 2008.99.90.00	--- Los demás

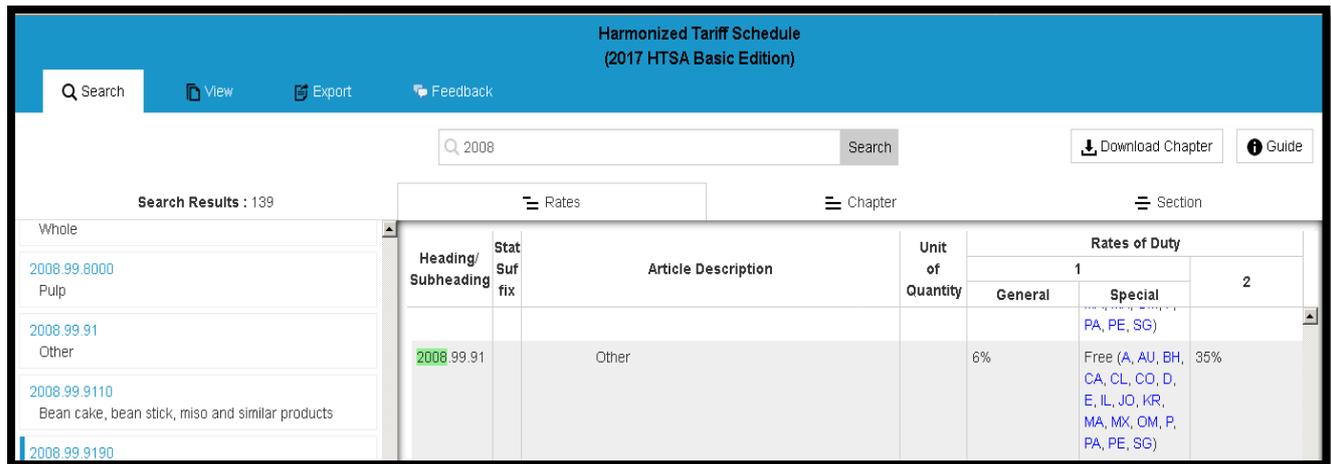
Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Versión:	Elaborado por:	Revisado por:
CMMA20170331	Mayra Cortez Medina	Ing. Marielena Pazmiño

4.8.7. Clasificación arancelaria en Estados Unidos

Figura 46. Sistema arancelario de Estados Unidos



The screenshot shows the Harmonized Tariff Schedule (2017 HTSA Basic Edition) website. The search results for '2008' are displayed in a table. The table has columns for Heading/Subheading, Stat Suffix, Article Description, Unit of Quantity, and Rates of Duty (General and Special). The search results list several categories, with the most relevant one being '2008.99.91 Other' with a 6% general rate and a 35% special rate for certain countries.

Heading/ Subheading	Stat Suf fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty	
				1 General	2 Special
2008.99.8000		Pulp			
2008.99.91		Other		6%	PA, PE, SG
2008.99.9110		Bean cake, bean stick, miso and similar products			
2008.99.9190					
2008.99.91		Other		6%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 35%

Fuente: (Harmonized Tariff Schedule, 2017)

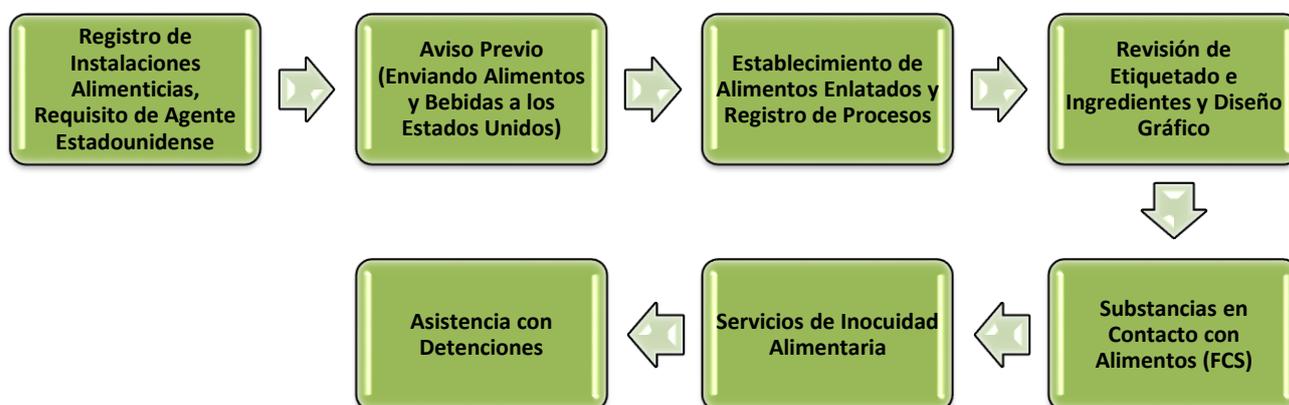
Elaborado por: Cortez, Mayra

El producto a ser exportado está clasificado en la subpartida arancelaria 2008.99.91 pagando un arancel del 35%.

4.9. Requisitos para ingresar al mercado de destino “FDA”

Para ingresar la conserva de banano orito con guayaba hacia el mercado de Miami hay que registrarse en la página web (<http://www.registrarcorp.com/>) en el cual te pedirá los requerimientos antes mencionados. Generando así un código que permitirá el ingreso de la conserva hacia el mercado de destino.

Figura 47 . Requerimientos de los Estados Unidos. FDA Alimentos y Bebidas



Fuente: (Food and Drug Administration, 2015)

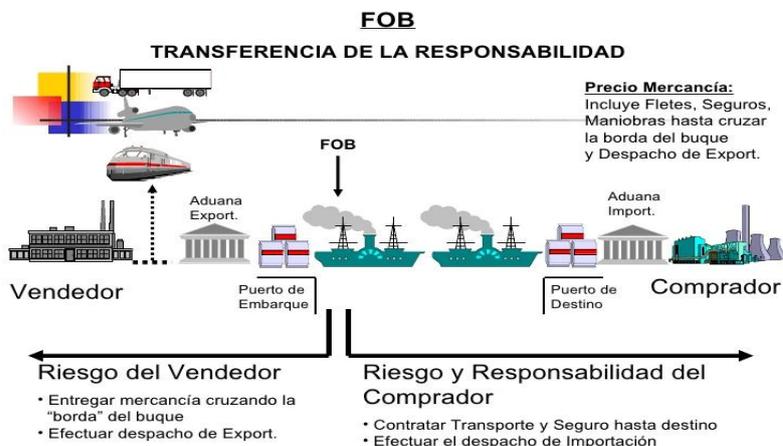
Elaborado por: Cortez, Mayra

4.10. Término de negociación (Incoterms)

El término de negociación que se manejará en el contrato de compra-venta para la exportación de la conserva de banano orito con guayaba será FOB (Free- on- Board – Franco a Bordo).

FOB: El vendedor no tiene responsabilidad alguna ante el comprador por la contratación del seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe entregar toda la información necesaria para que el comprador contrate el seguro.

Figura 48. Término de negociación Free on Board



Fuente: (Camara de Comercio Internacional, 2010)

Elaborado por: OMA (Organización Mundial de Aduanas)

4.11. Forma de pago

La forma de pago será al contado a través de una transferencia bancaria una vez la mercancía haya sobre pasado la borda del buque es decir en el puerto de origen. Esta disposición debe ser mencionada en el contrato de compra venta internacional pactada entre vendedor y comprador.

4.12. Cadena de valor

La cadena de valor establece los segmentos y pasos a seguir que agregan un coste al producto final en los campos de la organización, administración del talento humano, desarrollo de tecnología, abastecimiento, logística de entrada, operaciones, logística de salida, ventas y servicio; todos estos puntos deben retroalimentarse de manera seguida para asegurar la prosperidad del proyecto.

Figura 49. Cadena de Valor

<u>Gerencia general</u>						
Administración, Permisos legales, administración del local, costos y presupuesto						
<u>Talento humano</u>						
Contratación del personal, Compensaciones, ambiente de trabajo, clima laboral						
<u>Área comercial</u>						
Diseño de sistema de control, Investigaciones de mercado, exportación						
<u>Contador</u>						
Llevar la contabilidad, indicadores financieros						
<u>Abastecimiento</u>						
Servicio de transporte, provisiones de materiales						
Logística de entrada	de	Operaciones	Logística de salida	de	Ventas	Servicio
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo interno del banano orito y la guayaba. • Inspección interna. • Recorridos en lugares de trabajo 		<ul style="list-style-type: none"> • Envase, empaque y embalaje del producto. • Seguimiento de los procesos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Embarque de pedidos en los contenedores. 		<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio post-venta. • Seguimiento de la conformidad con el producto.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cortez, Mayra

En la figura 39 se detalla la cadena de valor que llevará a cabo la realización correcta de los procesos dentro de la organización situada en el sitio “El Alto”, cantón Río verde, provincia de Esmeraldas; se destaca los diferentes departamentos y valores agregados de cada uno que intervendrán en la recepción, almacenamiento y distribución de la conserva de banano orito con guayaba.

4.13. Análisis FODA

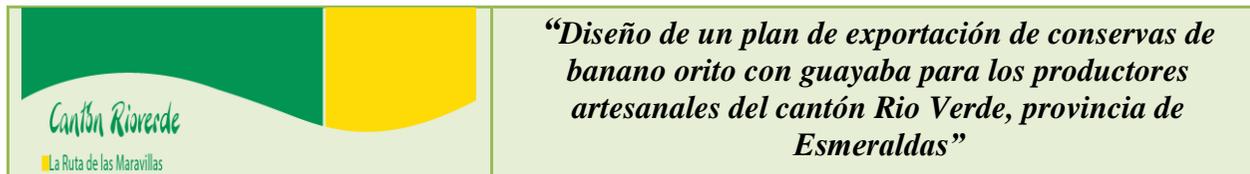


Figura 50. Análisis FODA

Factores Internos	<p>Fortalezas</p> <p>F1: Tener diversificación de mercados F2: Personal capacitado en los diferentes cargos de la organización F3: Contamos con bajos costos de producción F4: Manejo de precios competitivos</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1: Competencia nacional con alta experiencia en exportaciones. D2: Estructura organizacional limitada D3: Nuevo producto en el mercado con varios productos sustitutos D4: Bajo presupuesto para poner en marcha el proyecto</p>
Factores Externos		
<p>Oportunidades</p> <p>O1: El Ecuador no posee arancel de exportación O2: Tener una variedad amplia de posibles compradores O3: Aprovechar los acuerdos comerciales vigentes O4: Exponer nuestro producto en las diferentes convenciones y ferias internacionales</p>	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el no poseer arancel de exportación, para acceder a nuevos mercados de manera constante. • Tendremos personal capacitado en los diferentes cargos de la organización para ampliar nuestra lista de compradores. • Retroalimentación para el mejoramiento de nuestros costos de producción, para ofrecer mejores precios que la competencia. • Exponer nuestro producto en diferentes convenciones y ferias internacionales, exponiendo precios competitivos. 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovecharemos el no poseer arancel de exportación, para ofrecer mejores precios y no vernos amenazados ante la competencia internacional. • Aumentaremos nuestra estructura organizacional, según vaya aumentando nuestra cartera de clientes. • Mejoraremos nuestro producto, superando la calidad que ofrecen los actuales productos sustitutos. • Exponer nuestro producto a diferentes convenciones y ferias internacionales, para encontrar inversionistas para la expansión del proyecto.
<p>Amenazas</p> <p>A1: Preferencia del consumidor por productos de menor costo A2: Promociones por parte de los competidores A3: Nuevos competidores en el mercado A4: Aumento del costo de la materia prima</p>	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar nuestro mercado internacional de manera constante, cuidando el costo de nuestro producto, para que se mantenga la preferencia. • Capacitaremos nuestro equipo comercial para que busque nuevas promociones competitivas, con la finalidad de frenar a la competencia internacional. • Aprovechar nuestros bajos costos de producción, para hacer frente a los nuevos competidores en el mercado. • Manejaremos las negociaciones de materia prima con cautela, para conseguir buenas ofertas y no se vean afectados nuestros precios competitivos. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofreceremos un producto de alta calidad para frenar a la competencia internacional con productos de menor costo. • Contrataremos personal capacitado en el área de ventas, para que elabore mejores estrategias que las de la competencia. • Ofreceremos una buena presentación de nuestro producto para estar a la vanguardia de los productos sustitutos. • Buscaremos la mejor oferta de materia prima existente, para poderse ajustarse al presupuesto establecido.

Versión:	Elaborado por:	Revisado por:
CMMA20170331	Mayra Cortez Medina	Ing. Marielena Pazmiño

4.14. Aplicación de las teorías del comercio internacional

4.14.1. Las ventajas absolutas según Adam Smith

Mediante la investigación realizada, se pudo establecer que el proceso productivo de las conservas de banano orito con guayaba es óptimo ya que los productores artesanales del sitio “El Alto” cuentan con todos los recursos naturales y humanos necesarios para la producción de sus conservas. A través de la investigación de campo se pudo conocer que los productores tienen más de 20 años de experiencia en la elaboración de este producto, pasando esta actividad de generación en generación; padres, hijos, nietos y tataranietos se dedican a la producción y comercialización local, siendo eficientes y eficaces en lo que realizan día a día para el sustento de sus familias y de la comunidad en general.

4.15. Comercialización del producto

La comercialización del producto será de manera directa a las empresas distribuidoras en la ciudad de Miami los mismos que abastecerán del producto a los diferentes hiper y supermercados.

Figura 51. Canal de comercialización directo



Fuente: (Camara de Comercio de Bogotá, 2010)

Elaborador por: Cortez, Mayra

4.16. Logística

Estados Unidos cuenta con puertos y aeropuertos modernos que facilitan las actividades de importaciones y exportaciones. Uno de los principales puertos marítimos en Estados Unidos está ubicado en la ciudad de Miami, el Port Everglades se considera uno de los principales puertos de este país. Estados Unidos cuenta con una de las mejores infraestructuras portuarias del mundo con más de 50 puertos entre principales y auxiliares, siendo los principales para las exportaciones ecuatorianas Miami o Port Everglades y Charleston.

Figura 52. Ubicación geográfica Port Everglades



Fuente: (Official Website of the City of Miami, 2016)

Elaborador por: Cortez, Mayra

4.16.1. Envase

El envase adecuado para la exportación es en frasco de vidrio con tapa de aluminio que permitirá conservar el producto en buen estado hasta su destino final.

Figura 53. Envase



Fuente: (Diario del Exportador, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.16.2. Embalaje

El embalaje adecuado para la exportación será en cajas de cartón con separadores de cartón corrugado con las siguientes dimensiones: 40*30*24cm con peso de 7,2 kilogramos cada una, la cuales serán unitarizadas en paletas de 120*100*15cm que pesan 15 kilogramos cada una. Las cajas contienen pictogramas que faciliten su manipulación en la cadena logística.

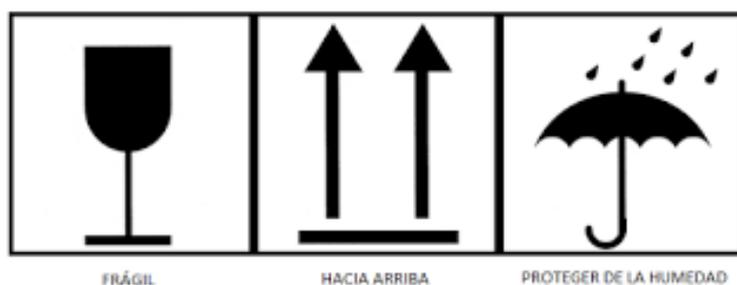
Figura 54. Embalaje



Fuente: (Diario del Exportador, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 55. Pictogramas de cajas



Fuente: (Diario del Exportador, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 56 . Pallet



Fuente: (Diario del Exportador, 2016)

Elaborador por: Cortez, Mayra

4.16.3. Unitarización de la Carga

Tabla 33. Condiciones de la carga

Tipo de Transporte	Marítimo
Tipo de Contenedor	1* 40Hc reefer
Peso bruto	8,387 kg / 8 toneladas
Volumen	9,10m3
Dimensiones de los pallets	A: 120 * L: 100 * Al: 135cm
Dimensiones de las cajas	A: 40 * L: 30 * Al: 24 cm
Cantidad de pallets	18 pallets
Cantidad de cajas	810 cajas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cortez, Mayra



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

Las condiciones de la carga serán las siguientes:

La mercadería será transportada en un contenedor de 40 pies High cube reefer el cual tendrá un peso bruto de 8,387 kg que corresponde a 8 toneladas, el volumen será de 9,10 metros cúbicos en el cual ingresaran 18 paletas con las siguientes dimensiones: 120cm de ancho, 100cm de largo, 135cm de alto, en cada paleta ingresarán 45 cajas con 5 niveles de apilamiento soportando un peso de 324 kilos cada paleta dando un total de 810 cajas que serán transportadas en un contenedor de 40 Hc reefer. Se deben realizar 26 embarques al año distribuidos de la siguiente manera: 6 embarques durante los 2 primeros meses del año con un tiempo de transito de 10 días por embarque, en los 10 meses restantes del año se deben realizar 2 embarques con un tiempo de transito de 15 días de los cuales el último mes del año contará con un consolidado extra de 3 paletas que contenga 108 cajas.

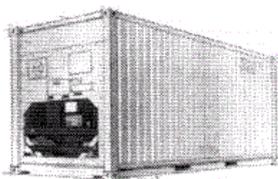
Figura 57. Ejemplo de Unitarización



Fuente: (Diario del Exportador, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 58. Contenedor de 40”HC reefer



Fuente: (Diario del Exportador, 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Versión:	Elaborado por:	Revisado por:
CMMA20170331	Mayra Cortez Medina	Ing. Marielena Pazmiño



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.16.4. Tiempo de tránsito desde el puerto de Guayaquil

El tiempo estimado del transporte vía marítima saliendo desde el puerto de la ciudad de Guayaquil dirigido hacia la ciudad de Miami arribando por el Port Everglades es de 10 días aproximadamente.

A continuación el listado de las diferentes líneas navieras u agentes de carga que operan en la ciudad de Guayaquil y son:

Tabla 34. Líneas navieras y agentes de carga en Ecuador- Guayaquil.

Línea Naviera/ Agente de Carga	Tiempo de tránsito	Contacto
Maersk Seland S.A	10 días	Angelica Tafur /e-mail: a_tafur@maerkseland.com.ec
Hapad –Lloyd/ Grupo Transoceánica Cia.Ltda.	13 días	Andrea Bonilla/ e-mail: abonilla@transoceanica.com.ec
Evergreen Line/ Greenandes Ecuador S.A	11 días	Sara Rojas/ e-mail: srojas@greenandes.com.ec
Inca Lines S.A.C	15días	Jessica Cantos /e-mail: j-cantos@incalines.com
Mar Global	12 días	Mirka Mendoza/ e-mail: ventas@margobal.com
CitiKold	14 días	Vilma Leal/ e-mail: vleal@citikold.com

Fuente: Investigación de campo

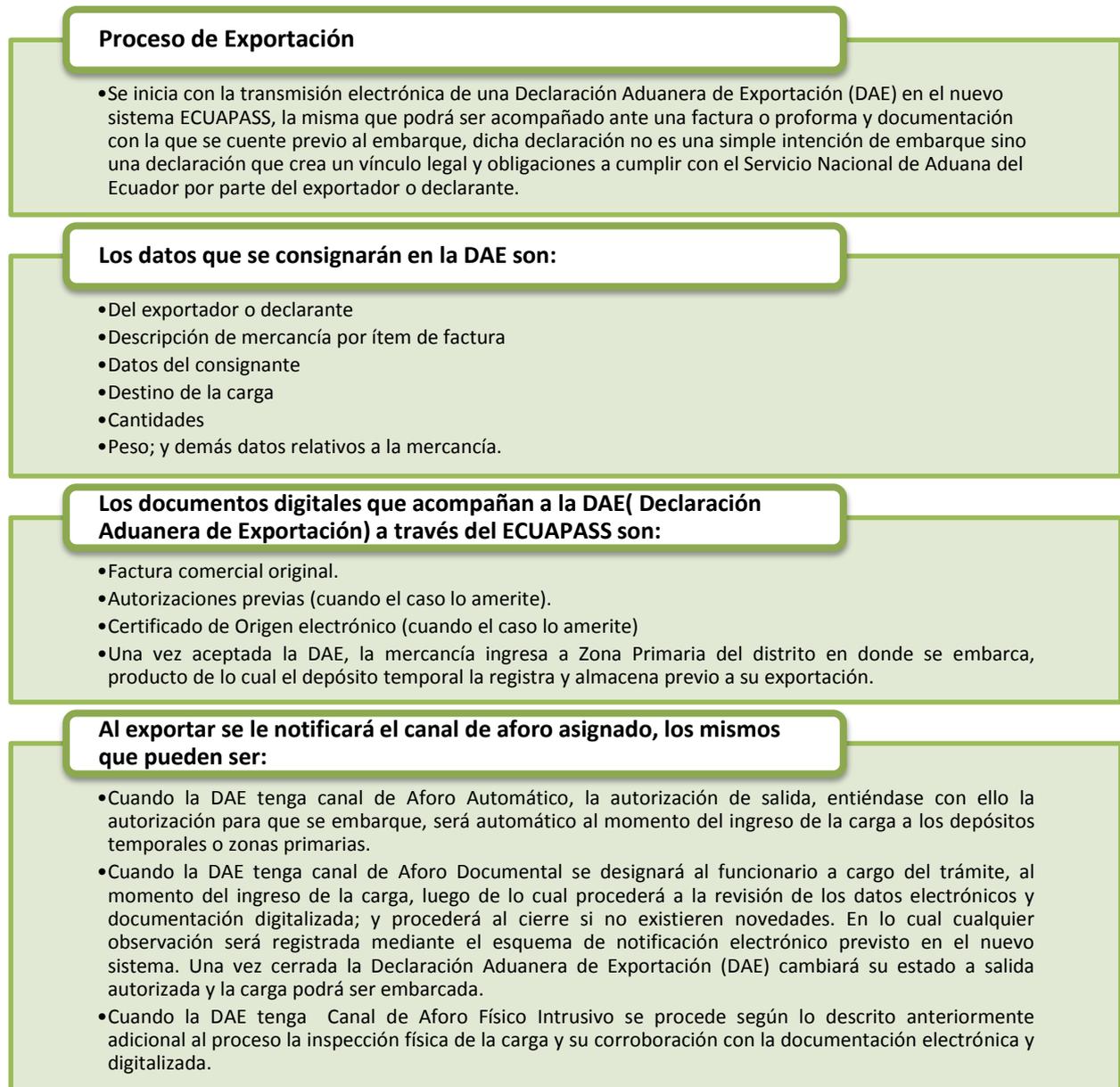
Elaborado por: Cortez, Mayra



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.17. Proceso de Exportación ante el SENA E

Figura 59 . Proceso para exportar ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador



Fuente: (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2010)

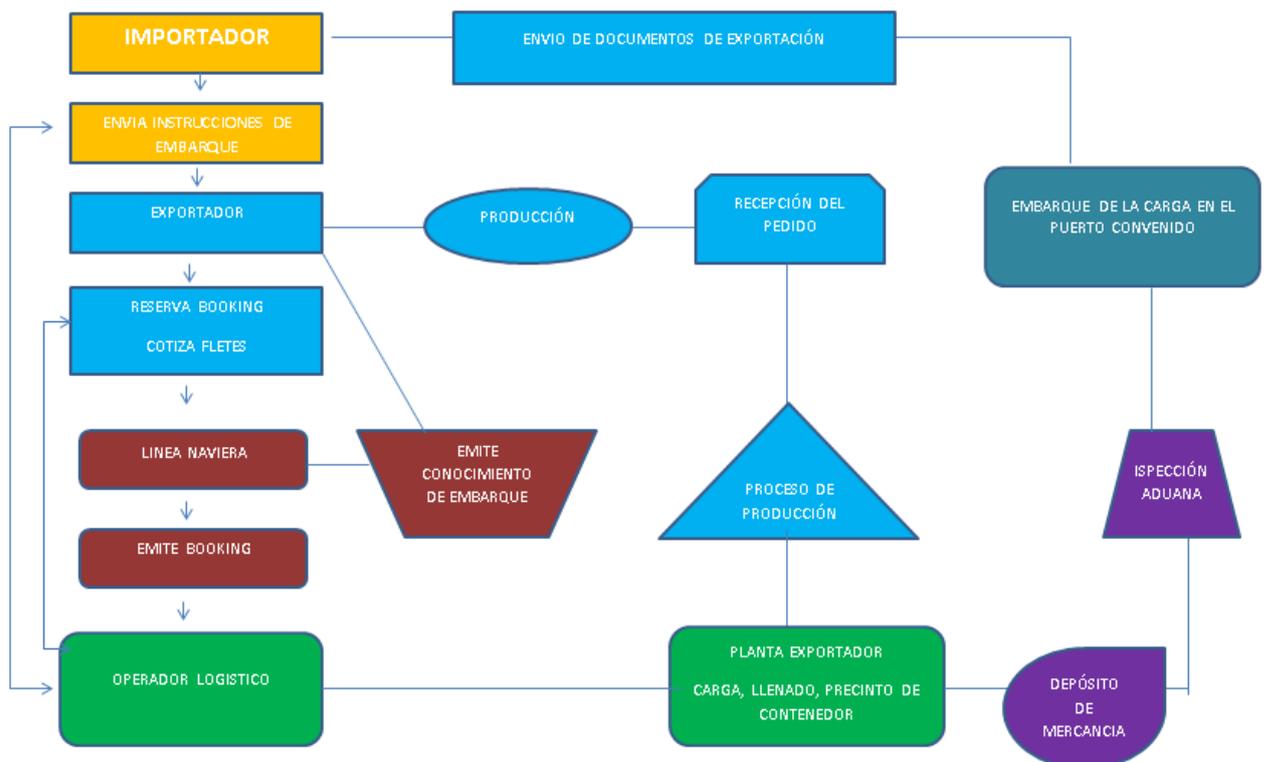
Elaborado por: Cortez, Mayra

Versión:	Elaborado por:	Revisado por:
CMMA20170331	Mayra Cortez Medina	Ing. Marielena Pazmiño

4.18. Operación de Exportación

De acuerdo a lo desarrollado, este estudio pretende llevar la conserva de banano orito con guayaba al mercado de Estados Unidos - Miami y para esta operación existen varios actores involucrados.

Figura 60. Flujograma para la exportación de conservas de banano orito con guayaba.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cortez, Mayra

Cuando el importador envía las instrucciones de embarque inicia el proceso de exportación. La empresa encargada del proceso de exportación será Logística Global Logisbal S.A, es necesario contar con todos los permisos necesarios para la exportación, el proceso se detalla a continuación:

- ✓ Recepción de los productos solicitados por el cliente.
- ✓ Se realiza una cotización de gastos implícitos en la exportación.



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

- ✓ Cliente acepta o rechaza la ejecución del proceso de exportación.
- ✓ Se despacha la mercadería lista para el transporte hacia el mercado de destino.
- ✓ Se realiza la declaración de exportación.
- ✓ Aduana acepta la declaración de exportación
- ✓ Asignación de canal de aforo.
- ✓ Ingreso de la mercadería al depósito aduanero temporal
- ✓ Inspección de la mercadería en la aduana
- ✓ Aprobación e ingreso de la carga al sistema Ecuapass.
- ✓ Salida de la mercancía del depósito aduanero temporal.
- ✓ Colocación de la carga en el buque.
- ✓ Zarpe del buque hacia el puerto de destino.
- ✓ Se notifica al cliente la salida de la mercadería desde el puerto de origen.
- ✓ Se monitorea la mercadería durante el viaje.
- ✓ Arribo del buque en el puerto de destino.
- ✓ Recepción de la carga por parte del cliente (importador).

El embarque se lo realizará en el puerto de Guayaquil previamente con la carga despachada desde las bodegas de los productores ubicados en el norte de esmeraldas y será enviado hasta Estados Unidos como mercado de sugerencia para la exportación por medio de la compañía Maersk Sealand S.A que será encargada del transporte internacional esta disposición depende de quién de las instrucciones de embarque estas condiciones son pactadas entre vendedor y comprador en el contrato de compra venta internacional de acuerdo al término de negociación empleado.

En cumplimiento del objetivo dos de la propuesta se determinó el proceso logístico adecuado para la exportación de conservas de banano orito con guayaba utilizando herramientas técnicas de la distribución física internacional como son: análisis de la carga, preparación del empaque, envase y embalaje, selección del medio de transporte, costos y por último la documentación.

Versión:	Elaborado por:	Revisado por:
CMMA20170331	Mayra Cortez Medina	Ing. Marielena Pazmiño



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.19. Análisis de los costos y gastos para la exportación

4.19.1. Costos totales de producción de la conserva de banano orito con guayaba

Tabla 35. Costos totales de producción en miles de dólares proyectados a 5 años

COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN						
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021	
COSTO FIJO	\$ 87,435.20	\$ 91,231.94	\$ 95,212.09	\$ 99,384.72	\$ 103,759.40	
COSTOS VARIABLES	494,589.74	510,131.73	536,479.01	575,036.83	627,995.42	
COSTOS TOTALES	582,024.94	601,363.67	631,691.10	674,421.55	731,754.83	

En la tabla 23 se observan los costos totales para la producción de 508,032 conservas para la exportación los mismos que están establecidos entre costos fijos y variables; los costos fijos corresponde a los sueldos y salarios y los costos variables a la materia prima.

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.19.1.1 Costo unitario de la conserva de banano orito.

Tabla 36. Costo unitario proyectado a 5 años

COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN						
Costos Unitarios / Años	2017	2018	2019	2020	2021	
Unidad de 300 g	\$ 0,97	\$ 0,98	\$ 1,00	\$ 1,01	\$ 1,02	

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

Para la proyección a cinco años del costo unitario de la conserva de banano orito con guayaba se tomó la tasa de inflación proporcionada por el Banco Central del Ecuador de 1,12%.

Versión: CMMA20170331	Elaborado por: Mayra Cortez Medina	Revisado por: Ing. Marielena Pazmiño
--------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------------



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.19.2. Gastos totales de exportación.

Tabla 37. Gastos de exportación proyectados a 5 años en miles de dólares

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021
TRANSPORTE					
INTERNO	9.100,00	9.566,92	10.247,92	10.875,10	11.540,35
ASESORAMIENTO					
	6.650,00	7.056,98	7.488,87	7.947,19	8.433,55
GASTOS TOTALES					
	15.750,00	16.713,90	17.736,79	18.822,28	19.974,21

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

En la tabla 25 se puede observar los costos de exportación para las conservas de banano orito con guayaba, de acuerdo al término de negociación empleado (FOB) los únicos costos que están a cargo del vendedor son: el embalaje para la exportación, el transporte interno desde la fábrica hasta el puerto de embarque y el asesoramiento (que incluye trámite ante la aduana para la exportación) con una variación anual del 6,12%.



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.20. Precio de venta para la exportación proyectado a 5 años.

Tabla 38. Precio de venta para la exportación por frasco de conservas

PRECIO DE VENTA PARA LA EXPORTACION					
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 582,024.94	\$ 601,363.67	\$ 631,691.10	\$ 674,421.55	\$ 731,754.83
GASTOS DE EXPORTACIÓN	15,750.00	16,713.90	17,736.79	18,822.28	19,974.21
COSTOS TOTALES	597,774.94	618,077.57	649,427.89	693,243.83	751,729.03
MARGEN DE UTILIDAD 20%	119,554.99	123,615.51	129,885.58	138,648.77	150,345.81
COSTOS+ MARGEN DE UTILIDAD	717,329.93	741,693.09	779,313.46	831,892.60	902,074.84
TOTAL DE FRASCOS A EXPORTAR	508,032	518,193	538,920	571,256	616,956
PVP UNIT. PARA LA EXPORTACIÓN	\$ 1.41	\$ 1.43	\$ 1.45	\$ 1.46	\$ 1.46

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

En la tabla 26 se ven reflejado los precios de ventas proyectados a 5 años una vez obtenidos los costos tanto de producción como de exportación añadiendo un 20% como margen de utilidad para así obtener el precio de venta en el exterior del producto.

Versión:	Elaborado por:	Revisado por:
CMMA20170331	Mayra Cortez Medina	Ing. Marielena Pazmiño



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.21. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años en miles de dólares.

Tabla 39. Estado de pérdidas y ganancias proyectado a 5 años

ESTADO DE RESULTADO					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos por ventas	717.329,93	741.693,09	779.313,46	831.892,60	902.074,84
Costo de ventas	494.589,74	510.131,73	536.479,01	575.036,83	627.995,42
(=)Utilidad Bruta en Venta	222.740,19	231.561,36	242.834,45	256.855,77	274.079,42
Gastos Sueldos y Salarios Adm y producción	72.615,20	76.245,96	80.058,26	84.061,17	88.264,23
Gastos Servicios Básicos	6.120,00	6.188,54	6.257,86	6.327,94	6.398,82
Gastos Varios(incluidos los de exportación)	24.450,00	25.511,34	26.632,76	27.817,89	29.070,56
Gastos de Depreciación	1.596,33	1.596,33	1.596,33	1.163,00	1.163,00
Gastos de Amortización	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
(=)Utilidad Operativa	117.778,65	121.839,18	128.109,24	137.305,77	149.002,81
Gastos Financieros	3.645,55	3.002,89	2.298,94	1.527,86	683,23
(=)Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)	114.133,11	118.836,29	125.810,30	135.777,91	148.319,58
Repartición Trabajadores	17.119,97	17.825,44	18.871,55	20.366,69	22.247,94
Utilidad antes Imptos Renta	97.013,14	101.010,85	106.938,76	115.411,22	126.071,64
Impuesto a la Renta	21.342,89	22.222,39	23.526,53	25.390,47	27.735,76
(=)Utilidad Disponible	75.670,25	78.788,46	83.412,23	90.020,76	98.335,88

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

Versión: CMMA20170331	Elaborado por: Mayra Cortez Medina	Revisado por: Ing. Marielena Pazmiño
--------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------------



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

En la tabla 27 se puede visualizar el Estado de resultado de la organización proyectado a cinco años, en el cual se puede diferenciar la utilidad bruta, operativa, neta y la disponible al final de toda la operación.

4.22. Flujo de caja proyectado a 5 años

Tabla 40. Flujo de caja proyectado a 5 años en miles de dólares.

FLUJO DE EFECTIVO					
	2017	2018	2019	2020	2021
Utilidad antes Imptos	114,133.11	118,836.29	125,810.30	135,777.91	148,319.58
Renta					
(+) Gastos de amortización	180.00	180.00	180.00	180.00	180.00
(-) Amortizaciones de Deuda	6,738.46	7,381.12	8,085.07	8,856.15	9,700.78
(-) Pagos de Impuestos	0.00	38,462.86	40,047.83	42,398.07	45,757.16
Flujo Anual	107,574.65	73,172.32	77,857.41	84,703.69	93,041.64

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

En la tabla 28 se puede visualizar el flujo de efectivo o caja (Cash Flow) el cual nos indica que la organización empezará a tener un saldo positivo a partir del primer año.



“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas”

4.23. TMAR, TIR y VAN

Tabla 41. Indicadores Financieros en miles de dólares

INDICADORES FINANCIEROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Efectivo	0	107,575	73,172	77,857	84,704	93,042
Inversión Inicial	-58,231	0	0	0	0	0
Flujos Netos	-58,231	107,575	73,172	77,857	84,704	93,042
TMAR	10.37%					
Inversión Inicial	-58,230.81					
VAN	271,086.65					
TIR	163.12%					

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

Los indicadores financieros otorgan una TMAR de 10,37%, un VAN de \$ 276.524,33 y un TIR de 166,07% el cual representa que los ingresos son mayores que los gastos y aseguran la rentabilidad del proyecto.

4.24. Punto de equilibrio

Tabla 42. Punto de equilibrio en miles de dólares

Datos para el gráfico				
Q Ventas	0	99.712	199.425	299.137
\$ Ventas	0	140.792	281.583	422.375
Costo Variable	0	97.074	194.148	291.222
Costo Fijo	87.435	87.435	87.435	87.435
Costo Total	87.435	184.509	281.583	378.657
Beneficio	-87.435	-43.718	0	43.718

Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

Figura 61. Punto de Equilibrio.



Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

El punto de equilibrio nos indica que la organización empezará a obtener utilidad a partir de la venta de 199,425 frascos de conservas de banano orito con guayaba el cual representará un ingreso de \$281,583.00.

En cumplimiento del objetivo 3 de establecer los costos que involucran la exportación del producto se pudo definir que el costo unitario del producto para la exportación es de \$ 0,97cvts a este valor se aumenta los gastos de exportación obteniendo así un precio de venta para la exportación de \$ 1,41 la unidad y la caja de 24 unidades por un valor de \$ 33,84.

CONCLUSIONES

- ❖ A través de la presente investigación se analizó la demanda de conservas en el mercado internacional a través del estudio de mercado obteniendo como resultado los posibles países de destino. Sugiriendo como punto de partida para la internacionalización del producto la ciudad de Miami, quedando a libre disposición del interesado la búsqueda de nuevos mercados para la exportación.
- ❖ El banano orito y la guayaba es un recurso natural propio del Ecuador, lo cual hace y facilita la disponibilidad de la materia prima para la elaboración de la conserva, además del empeño que demuestran los productores del recinto “El Alto”, cantón Río Verde de la provincia de Esmeraldas, para que su producto esté en el mercado internacional, lo cual demuestra que hay una gran probabilidad que el actual trabajo investigativo se ponga en marcha.
- ❖ Se estableció la cadena logística adecuada para la exportación mediante la aplicación de las técnicas de la normativa vigente de la distribución física internacional obteniendo como resultado el canal de distribución factible para la comercialización del producto.
- ❖ Se diseñó el proceso de exportación para la venta del producto, basándose en la normativa ecuatoriana vigente obteniendo como resultado un conjunto de pasos fáciles y coherentes que faciliten a los productores artesanales del cantón Río verde provincia de Esmeraldas poner en marcha el objetivo de internacionalizar su producción nacional.
- ❖ Referente al objetivo de establecer los costos que incurrirán en la exportación del producto se indicó los gastos a ser efectuados que van desde el costo del producto a nivel local como el precio de venta para la exportación determinando un precio de \$ 33,84 por una caja de 24 unidades.

RECOMENDACIONES

- ✓ Para desarrollar la imagen del producto se aconseja incluir la marca país con un envase llamativo para la comercialización y que en el mismo se establezca el slogan Mucho mejor si es hecho en Ecuador, con el fin de que se conozca el origen del producto, no solo por el conocimiento de las frutas a nivel internacional sino también en mercados donde se puede impulsar y mantenerse el producto.

- ✓ Se recomienda realizar un estudio de mercado internacional para conceder la facilidad de aumentar la capacidad instalada e incrementar los mercados en el cual puedan ser comercializadas las conservas de banano orito con guayaba.

- ✓ Para facilitar el proceso de exportación se deberían establecer alianzas como estrategias para la exportación entre estas la creación de consorcios de exportación con los diferentes productores de la región para así minimizar costos en cuanto a la cadena logística.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional del Ecuador . (Septiembre de 2016). *Ministerio de Comercio Exterior*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (16 de Abril de 2004). *Ley de Sanidad Vegetal*. Recuperado el 15 de Junio de 2016, de Agrocalidad: <http://www.agrocalidad.go.ec/sanidad-vgeta/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2005). *Código Tributario del Ecuador*.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de <http://www.industrias.gob.ec/biblioteca/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (Octubre de 2013). *Cancillería*. Recuperado el 06 de 2016, de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (Junio de 2014). *Ministerio de Salud Pública*. Recuperado el 23 de Julio de 2016, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (21 de Diciembre de 2015). *Constitución de la República*. Recuperado el 08 de 2016, de <http://www.fielweb.com:4080/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 25 de Agosto de 2016, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/mercados-internacionales>
- Banco Central del Ecuador, BCE. (2012). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2016, de www.bce.fin.ec/
- Basurto, X. (2011). *Producción y comercialización de guayaba mermelada*. Manta.
- Berumen, S. (2012). *Lecciones de Economía para no economistas*. ESIC.
- Bustos, G. (2013). *Diseño en alimentos derivados de la Guayaba, empleado procesos simples de conservación*. Esmeraldas: Publicaciones Dirección del Canton Río Verde.
- Callaba, J. P. (2014). *Administración de la Cadena de Suministros*. Mexico: OECD-STC.

- Camara de Comercio de Bogotá. (2010). *Logística Camara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 1 de Enero de 2017, de Logistica : <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11675/100000048.pdf>
- Camara de Comercio Internacional. (2010). *Spain International Chamber of Commerce*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.iccspain.org/>
- Cánovas, A. C. (2011). *Transporte Internacional de Mercancías*. Madrid: ICEX.
- Diario del Exportador. (2016). *DDP*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.diariodelexportador.com/>
- Díaz, N. (8 de noviembre de 2014). *Comunidad Comercio Exterior*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/crecimiento-en-las-exportaciones-de-conservas-y-procesamiento-de>
- El Comercio. (14 de Mayo de 2015). *El Comercio*. Recuperado el 10 de 2016, de <http://www.elcomercio.com/datos/exportaciones-ecuador-estadisticas-cifras-bancocentral.html>
- EL Universo. (2013). Inversiones local y extranjera subieron en Ecuador.
- Food and Drug Administration. (2015). *Registrar Corp Assistance with U.S. FDA Regulations*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <https://www.registrarcorp.com/>
- González, C. (2012). *Tarros de cristal para conservas*. Obtenido de <http://cocinayrecetas.hola.com/lacocinaperfecta/20120729/tarros-de-cristal-para-conservas/>
- Harmonized Tariff Schedule. (2017). <https://hts.usitc.gov/>. Recuperado el 01 de Junio de 2017, de <https://hts.usitc.gov/?query=2008.99.91>
- Helpman, E. (10 de Junio de 2014). *El Comercio Internacional*. Fondo de Cultura Economica . Obtenido de <http://teoriapuracomerciointernacional.blogspot.com>: <http://teoriapuracomerciointernacional.blogspot.com/2012/06/teoria-pura-del-comercio-internacional.html>
- INEC. (01 de 10 de 2014). *Ecuador Cifras*. Recuperado el 15 de 06 de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/>
- Izaguirre, A. C. (2014). *Comercio Internacional en el Sglo XXI*. Buenos Aires : Editorial BUNKEN.
- Ligorguro, J. (2015). *Diseño de plan de exportación de pulpa y dulce de guayaba producido en la provincia de Tungurahua*. Guayaquil.
- Merino, S. (2015). *Plan de exportación del mango Tommy Atkins para la empresa "Frutalandia S.A" al estado de Los ángeles California, EE.UU*. Guayaquil.

- Ministerio de Comercio Exterior. (10 de 03 de 2008). *Acuerdos Comerciales*. Recuperado el 14 de 05 de 2016, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/>
- Official Website of the City of Miami. (2016). *Maps*. Recuperado el Agosto de 2016, de <http://www.miamigov.com/home/>
- OMC. (2015). *Informe sobre el Comercio Mundial 2015*. Secretaría de la OMC.
- Organización Mundial de la Salud. (08 de Agosto de 2016). *FAO*. Recuperado el 09 de 2016, de <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/es/>
- PRO ECUADOR. (23 de 05 de 2010). *Requisitos para Exportar*. Recuperado el 11 de 08 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- PRO ECUADOR. (septiembre de 2016). *Misión y Visión*. Recuperado el 10 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/mision/>
- PROECUADOR. (2011). *Análisis Sectorial*. Recuperado el 14 de Octubre de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/pulpa-de-frutas-espana/>
- PROECUADOR. (2012). Análisis sectorial de frutas no tradicionales. *Dirección de Inteligencia Comercial Inversioes*, 12-24.
- PROECUADOR. (2015). *Barreras Arancelarias*. Recuperado el 10 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- PROECUADOR. (2015). *Barreras No Arancelarias*. Recuperado el 07 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- PROECUADOR. (05 de 2015). *Guías Comerciales*. Recuperado el 10 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Ficha-T%C3%A9cnica-Estados-Unidos-mayo-2015.pdf>
- PROECUADOR. (2015). *Oferta Exportable*. Recuperado el 07 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/handcrafts/>
- PROECUADOR. (Enero de 2016). *Guías comerciales*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/01/ENE.pdf>
- Ramírez, A. C. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Colombia: ECOE Ediciones .
- Salazar, R. C. (21 de Febrero de 2013). *Comercio Internacional*. Recuperado el 09 de 2016, de <http://comerciointernacionaltarapoto.blogspot.com/2013/02/el-comercio-internacional-causas.html>
- Sampieri, F. B. (2010). *Metodología de la Investigación*. Santa Fe: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Security Data. (01 de 01 de 2010). *Firma Electronica*. Recuperado el 12 de 07 de 2016, de <https://www.securitydata.net.ec/>
- SENPLADES. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 09 de 2016, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- SENPLADES. (Agosto de 2014). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Recuperado el 01 de 06 de 2017, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2013-2017-Objetivo-10.pdf>
- Servicio de Rentas Internas. (20 de Mayo de 2014). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 06 de 2016, de <http://ftp.eeq.com.ec/upload/informacionPublica/2014/LEY%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (01 de 01 de 2011). *Ventanilla Única*. Recuperado el 25 de 06 de 2016, de <https://ecuapass.aduana.gob.ec/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Abril de 2017). *Consulta de Arancel Nacional*. Recuperado el 01 de Mayo de 2017, de http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Abril de 2010). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (01 de 01 de 2011). *Tramites Operativos*. Recuperado el 25 de 06 de 2016, de <https://ecuapass.aduana.gob.ec/>
- Trade Map. (01 de 01 de 2016). *Estadísticas de Comercio para el Desarrollo Interacional de las empresas*. Recuperado el 05 de 2016, de <http://www.trademap.org/Index.aspx>
- UN Comtrade Database. (23 de 01 de 2016). *Un Data A World of Information*. Recuperado el 20 de 06 de 2016, de <https://comtrade.un.org/>
- Zingone, L., & Ruiz, F. (2014). *Estrategias y Modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales*. Universidad de Alicante .

Anexo 3 . Autorizaciones previas a la exportación

TRAMITE DE OBTENCION DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

DIRECCION NACIONAL DE FARMACIA Y CONTROL SANITARIO

CONTROL DE ALIMENTOS

BASE LEGAL: CODIGO DE LA SALUD (Artículo 100, Título IV, Libro II)

REGLAMENTO DE ALIMENTOS.- R.O. 984 DEL 22 DE JULIO DE 1998 (Capítulos I y II, Título IV)

PARA INSCRIPCION DE PRODUCTOS NACIONALES

CARPETA No. 1

1. SOLICITUD dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario (Ver anexo 1).
2. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia). (Ver anexo 3).
3. CERTIFICACION OTORGADA POR LA AUTORIDAD DE SALUD COMPETENTE de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).

usadas (en porcentaje referido a 100 g. o 100 ml.). Original.
6. CERTIFICADO DE ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD DEL PRODUCTO: Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez").
7. ESPECIFICACIONES QUIMICAS DEL MATERIAL UTILIZADO EN LA MANUFACTURA DEL ENVASE. (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.
8. PROYECTO DE ROTULO A UTILIZAR POR CUADRUPLICADO: Dos Originales.
9. INTERPRETACION DEL CODIGO DE LOTE: Con firma del Técnico Responsable.
LOTE: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.
CODIGO DE LOTE: Modo Simbólico (letras o números, letras y números) acordado por el fabricante para identificar un lote, puede relacionarse con la fecha de elaboración.
10. PAGO DE LA TASA POR EL ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD, PREVIO A LA EMISION DEL REGISTRO SANITARIO: Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento. (Ver anexo 4).
1. DOCUMENTOS QUE PRUEBEN LA CONSTITUCION, EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SOLICITANTE, cuando de trate de persona jurídica. Original.
2. TRES (3) MUESTRAS DEL PRODUCTO ENVASADO EN SU PRESENTACION FINAL Y PERTENECIENTES AL MISMO, LOTE. (Para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 (1R)

“Rotulado de Productos Alimenticios Procesados, Envasados y Empaquetados”

5.1 El rotulado de los productos alimenticios procesados envasados y empaquetados debe cumplir con lo establecido en el capítulo de Requisitos de las normas NTE INEN 1334-1 y NTE INEN 1334-2 vigentes, y con el Artículo 14 de la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor.

5.2 Para los alimentos procesados que contienen ingredientes transgénicos, en la etiqueta del producto debe declararse, en el panel principal, en letras debidamente resaltadas y de conformidad con lo establecido en el Anexo B de la norma NTE INEN 1334-1, “CONTIENE TRANSGÉNICOS”, siempre y cuando el contenido de material transgénico supere el 0,9 % en el producto.

5.3 Cuando se utilice ingredientes transgénicos, debe declararse en la lista de ingredientes el nombre del ingrediente, seguido de la palabra “TRANSGÉNICO”, siempre y cuando el contenido de material transgénico supere el 0,9 % en el producto.

5.4 Para efectos de la trazabilidad el fabricante debe solicitar que el proveedor declare que el ingrediente es o no transgénico.”.

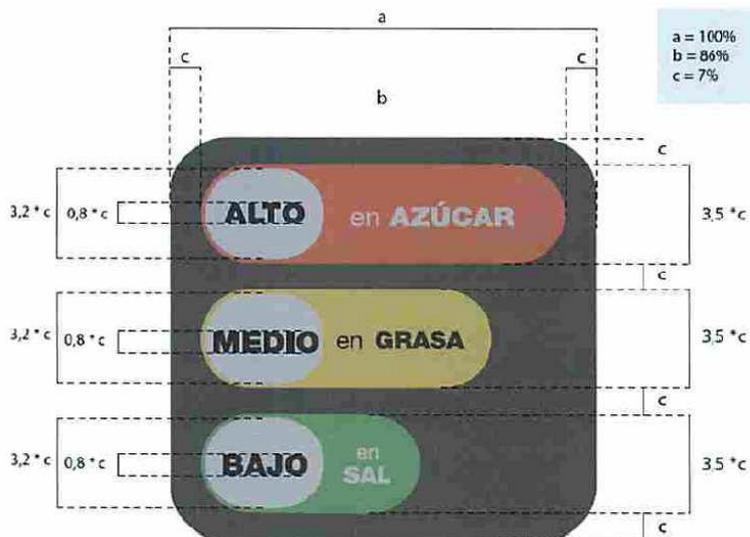
5.5 Los alimentos procesados envasados y empaquetados que cuentan con registro sanitario, deben cumplir además con:

5.5.1 Para la valoración del alimento procesado en referencia a los componentes y concentraciones permitidas de grasas, azúcares y sal se debe referir según lo establecido en la Tabla No. 1.

5.5.2 Para la comparación del contenido de componentes y concentraciones permitidas en la tabla 1 en alimentos procesados para consumo humano, se debe usar las unidades establecidas en la norma NTE INEN 1334-2. Para el caso de yogures, helados, el cálculo y comparación de dichos componentes se lo realizará en mililitros (ml).

SISTEMA GRÁFICO

Porcentajes relativos de la etiqueta en relación al tamaño total



Anexo 4. Conocimiento de Embarque

Bills of Lading - Draft Copy

Shipper / Exporter (Complete Name and Address) PRODUCTORES ARTESANLESELALTOS.A RUC: 0991311602001 AV 10 DE AGOSTO Y ROCAFUERTE TELF: 593-6-30338978 RIO VERDE - ECUADOR		Booking No. 97722720	Bill of Lading No.	
		Export References		
Consignee (Complete Name and Address) IMPORT FRUIT INTERNATIONAL, INC MIAMI, FL 3399 TELF: 1113878964510		Forwarding Agent-References / FMC No. LOGISTICA GLOBAL S.A. RUC 0992602627001 BUILDING THE POINT PISO 9 OFICINA 909 GUAYAQUIL - ECUADOR		
		Point and Country of Origin of Goods		
Notify Party (Complete Name and Address) SYSTEM CARGO INTERNATIONA, INC AMPLIACION SUR S/N EDIFICIO FCC LOGISTICA PUERTO DE EVERGLADES TFNO. 961105070 FAX 961105625 MICHELLE HERNANDEZ mhernandez@systemcargo.com.us		Also Notify Party-Routing & Instructions		
Pre Carriage By	Place of Receipt by participating carrier			
Vessel/Voyage/Flag BALTHASAR SCHULTE 6242N	Port of Loading GUAYAQUIL - ECUADOR	ETD at Loading Port 01-ene-17	Originals to be released at	
Port of Discharge MIAMI-USA	Place of Delivery by participating carrier	Type of Movement (If mixed, use description of packages and goods field) FCL / FCL		
Particulars Furnished by Shipper				
Container nos with seal nos. Marks and Numbers	Quantity Packages	Description of Packages and Goods	Gross Weight	Measurement
HLXJ8757076 W1262290 F0346	18	18 PALLETS WITH 810 BOXES OF BANANO ORITO WITH P.A: 200890 P.O# 16PEC00738 PESO NETO: 7,528 KG PESO BRUTO: 8,387 KG DAE: 028-2017-40-00710570 FREIGHT COLLECT	8,387 KG	
Basic Instructions :				
IMPRESIÓN EN ORIGEN				
Other Instructions :				

Anexo 5. Ficha de Encuesta

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCA FUERTE DE GUEYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

FICHA DE ENCUESTA

Encuesta dirigida a las empresas importadoras de productos alimentaciones del mercado de Miami- Estados Unidos

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el posible nivel de aceptación del producto a ser exportado e identificar las exigencias del mercado de destino.

Favor contestar las preguntas de la forma que más se apegue a su situación.

1. Actualmente, ¿se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio ecuatoriano?

Sí

No

Pase a la pregunta 4

2. Importa actualmente conserva de fruta ecuatoriana.

Sí

No

Pase a la pregunta 4

3. ¿De dónde importa la conserva de fruta?

Brasil

Colombia

Chile

Otros

4. ¿Estaría interesado en importar conserva de banano orito con guayaba ecuatoriana?

Sí

No

¿Por qué?

En caso de que no esté interesado en importar actualmente conservas de banano orito con guayaba, le agradecemos su atención y tiempo dedicados a este cuestionario.

Si está interesado en importar conservas de banano orito con guayaba actualmente, por favor continúe constatando el cuestionario.

5. ¿Qué cantidad, aproximada, del producto estaría interesado en importar?

Frascos de:	Cantidad	Número de envíos
100gr	<input type="text"/>	<input type="text"/>
200gr	<input type="text"/>	<input type="text"/>
300gr	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6. Utiliza contratos de compra venta internacional para sus operaciones de importación.

Sí

No

No Aplica

7. ¿Cuál es el término de comercio internacional (INCOTERM) que utiliza en sus importaciones?

EXW

FOB

CIF

Otros

8. Favor marcar ¿cuáles son las formas de pago que comúnmente utiliza en sus negociaciones?

Pago al recibir la mercadería

Pago anticipado

Carta de Crédito

50% al inicio y 50% a la entrega

Crédito de 30 días

Crédito de 60 días

Crédito de 90 días

9. ¿A qué precio se vende este tipo de productos a sus proveedores?

Favor de escribir la letra del rango que más se ajuste al precio en el recuadro de la derecha.

Los precios aparecen en dólares americanos.

Frascos de 100gr. Entre \$ 3.50 y \$ 4,80

Frascos de 200gr. Entre \$ 6.80 y \$ 7.40

Frascos de 300gr. Entre \$ 8.50 y \$ 9,10

10. ¿Qué productos similares de la conserva de banano orito con guayaba se comercializan en su país?

Mermeladas de frutas

Jaleas de frutas

Compotas de frutas

Pasta de frutas

11. Nombre algunas marcas de conservas, con mayor consumo en el país.

12. ¿Le gustaría recibir información sobre Productores Artesanales” El Alto” S.A y sus productos?

Sí No

Pase a la pregunta 14

13. Favor marcar los tipos de información que le gustaría recibir.

Precio

Características

Datos de la empresa

Fotografías

Políticas de Venta

Otras

14. Nombre de la empresa, correo electrónico, persona de contacto, teléfono.

Anexo 6. Encuesta dirigida a los productores

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCA FUERTE DE GUEYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

FICHA DE ENCUESTA

Encuesta dirigida a los productores artesanales de conservas de banano orito con guayaba del Sitio “El Alto”, Cantón Rio Verde, Provincia de Esmeraldas.

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la capacidad de producción

Datos Generales:

N°	Edad:	N°	Sexo	N°	Nivel de estudio
1	18-30 años	1	Masculino	1	Sin estudios
2	31-40 años	2	Femenino	2	Primaria
3	41-50 años			3	Secundaria
4	51 o más años			4	Superior
				5	Post grado

- Equivalencia de Escala:

○ Excelente: 5 Muy Bueno: 4 Bueno: 3 Regular: 2 Malo: 1

N°	Preguntas	Escala Likert				
		5	4	3	2	1
1	¿Cómo califica usted el movimiento de ventas de conservas de banano orito con guayaba, que tiene hasta el momento?					
2	¿Qué cree usted en la idea de exportar su producción artesanal?					
3	¿Cómo considera usted la aceptación de la conserva de banano orito con guayaba que produce?					
4	¿Qué cree en la idea de que su producto la conserva de banano orito con guayaba sea reconocida en el extranjero?					

- Encierre en un círculo el número según su respuesta:

5. ¿Conoce usted sobre proyectos de exportación de productos artesanales?

<input type="checkbox"/>	Si, los conozco
<input type="checkbox"/>	He leído pero no estoy al tanto del tema
<input type="checkbox"/>	Desconozco completamente del tema

6. ¿Su actividad como productor artesanal, genera los recursos financieros suficiente para sustentar su estilo de vida?

si	no

7. ¿Su unidad productora forma parte de alguna asociación que promueva la exportación?

si	no

8. ¿Su ingreso mensual como productor artesanal es?

1	Entre \$1 a \$200
2	Entre \$201 a \$400
3	Mayor a \$401

9. ¿Qué aspectos cree usted que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de la conserva de banano orito con guayaba?

1	Limitados conocimientos en los procesos de exportación
2	Falta de ayuda de organismos estatales
3	Escasos recursos financieros

10. ¿Estaría usted de acuerdo en poner en marcha un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba, con la finalidad de que su producto sea reconocido internacionalmente?

si	no



El Dr. D. Juan Carlos Martínez Coll, director del grupo EUMED.NET (SEJ 309), como editor de la revista electrónica “Observatorio de la Economía Latinoamericana”, (ISSN 1696-8352), indexada en IDEAS-RePEc, LATINDEX y alojada en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec>

ACREDITA QUE:

el artículo “DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVAS DE BANANO ORITO CON GUAYABA PARA LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL CANTÓN RÍO VERDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS”, que consta de 12 páginas en formato PDF, cuyos autores son **Mayra Alejandra Cortez Medina y Mónica Margot Villamar Mendoza**, ha sido aceptado y publicado en el número de junio 2017:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/exportacion-banano-guayaba.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17exportacion-banano-guayaba>

Lo que se hace constar en Málaga a 27 de junio de 2017.


El director



Fdo.: Juan Carlos Martínez Coll

**DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVAS DE BANANO ORITO CON
GUAYABA PARA LOS PRODUCTORES ARTESANALES DEL CANTÓN RÍO VERDE,
PROVINCIA DE ESMERALDAS**

Srta. Mayra Alejandra Cortez Medina

Egresada de la Carrera de Comercio Exterior
Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil
mayracortezmedina92@outlook.com

Mgs. Mónica Margot Villamar Mendoza Lic.

Magister en Docencia Superior
Carrera de Comercio Exterior
Universidad Laica “Vicente Rocafuerte” de Guayaquil
mwillamarm@ulvr.edu.ec

RESUMEN

El siguiente proyecto de investigación es un estudio para el diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba para los productores artesanales del cantón Rio Verde, provincia de Esmeraldas donde la labor principal es la elaboración del producto antes mencionado, para ser internacionalizado hacia grandes empresas de abastecimiento de Estados Unidos, para conocer la viabilidad de crear plan para exportar las conservas, se elaboró un análisis teórico, metodológico y práctico, donde se estableció la oferta y demanda, las rutas comerciales, técnicas de la distribución física internacional , normativas de exportación en Ecuador y análisis de los costos de exportación; después de haber definido el mercado meta mediante técnicas de recolección de datos o bien referencias estadísticas, donde señala que este producto es nuevo en varios mercados pero hay una gran variedad de productos sustitutos. Se puede elaborar una promoción para dar a conocer el producto en diversos mercados, dentro de una cultura que va hacia lo natural y el consumo de alimentos nutritivos. Para finalizar la rentabilidad del proyecto se presentó un análisis de los costos que influyen en la exportación del producto que van desde la producción hasta la venta final tomando en consideración que el termino de negociación que puede ser empleado es FOB, en donde la responsabilidad como vendedor de los productores será colocar la mercadería en la borda del buque sin tener entre sus obligaciones que contratar el flete principal y el aseguramiento de la mercadería as ser exportada.

Palabras claves:

Plan de exportación, desarrollo económico, buen vivir, matriz productiva, comercio justo, internacionalización.

ABSTRACT

The following research project is a study for the design of an export plan for canned banana orito with guava for the artisan producers of the canton Rio Verde, province of Esmeraldas where the main work is the elaboration of the aforementioned product, to be internationalized To large companies of the United States, in order to know the feasibility of creating a plan to export canned goods, a theoretical, methodological and practical analysis was elaborated, establishing supply and demand, trade routes, international physical distribution techniques, Export regulations in Ecuador and analysis of export costs; After having defined the target market through data collection techniques or statistical references, where it points out that this product is new in several markets but there is a great variety of substitute products. A promotion can be developed to make the product known in different markets, within a culture that goes towards the natural and the consumption of nutritious foods. To finalize the profitability of the project, an analysis of the costs that influence the export of the product that went from the production to the final sale was presented taking into consideration that the term of negotiation that can be employed is FOB, where the responsibility as seller Of the producers will be to place the merchandise on the ship's edge without having among its obligations to contract the main freight and the securing of the merchandise to be exported.

Keywords:

Export plan, economic development, good living, productive matrix, fair trade, internationalization.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto recopila la información necesaria para el cumplimiento del diseño de un plan de exportación, los productores artesanales del cantón Río verde de la provincia de Esmeraldas forman parte del recinto El Alto, en este sitio se ofrece una gran variedad de productos a base de coco, caña de azúcar, guayaba, miel de abeja entre otras materias primas que cultivan en la zona siendo las conservas de banano orito con guayaba las más apetecidas por los consumidores , con la finalidad de motivar a sus habitantes a impulsar la exportación de sus productos hacia mercados internacionales en busca del desarrollo económico para el cantón.

1. Planteamiento del problema

El Ecuador estos últimos años se ha caracterizado por alcanzar transformaciones rápidas y profundas en el desarrollo económico y social de los productores, con el propósito de mejorar la economía del país a través de la internacionalización de sus productos, por ende está embarcado en un tren histórico de desarrollo e innovación, hacia el Cambio de la Matriz Productiva planteada a través de los objetivos custodiados por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

El cantón Río Verde ubicado en la provincia de Esmeraldas cuenta con una gama de productores artesanales que ofrecen una gran variedad de productos realizados a base de banano, coco, panela, guayaba, verde, maíz, miel de abeja entre otras materias primas que se produce en la zona, los mismos que desean ofertar sus productos al mercado internacional.

El limitado conocimiento e información que poseen los productores artesanales sobre los procesos que deben seguir para ofertar sus productos en el mercado internacional ocasiona que haya un bajo nivel de oferentes y una baja exportación de productos no tradicionales. La capacidad de producción que poseen es alentadora para tomar como iniciativa las exportaciones al mercado internacional, para ello necesitan especializarse y conocer los procesos y procedimientos tanto a nivel nacional e internacional que implica una exportación, ya que los mismo no cuentan con el acceso a esa información por ende no han decidido internacionalizar sus productos.

1.1. Objetivo general

- Desarrollar un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba mediante un estudio de los principales factores que influyen en el comercio internacional contribuyendo al desarrollo económico de los productores artesanales del cantón Río Verde.

1.1.1. Objetivos específicos

- Analizar la demanda y las rutas comerciales existentes para la exportación de conservas hacia el mercado extranjero a través de un estudio de los aspectos técnicos de exportación obteniendo como resultado el país de destino y los distintos matices que conforman el sector exportador.
- Establecer la cadena logística adecuada para la exportación mediante la aplicación de las técnicas en la distribución física internacional vigente estableciendo los canales más sencillos y rentables para la comercialización.
- Diseñar los procesos de exportación basada en la normativa vigente de exportación ecuatoriana permitiendo una fácil aplicación e interpretación para la comercialización del producto.

1.2. Justificación de la investigación

Actualmente el gobierno ecuatoriano se encuentra promoviendo e incentivando las exportaciones de productos no tradicionales a través de Proecuador con la finalidad de incentivar las exportaciones y el cambio de la matriz productiva pasando de ser exportadores agrícolas a ser exportadores de productos industrializados. Por este antecedente es necesario proponer a los productores artesanales que se encuentran ubicados en el Cantón Río Verde de la Provincia de Esmeraldas procesos que faciliten la internacionalización de sus manufacturas.

Los productores del cantón Río Verde cuentan con una capacidad de producción considerable para ofertar sus productos en el mercado internacional y que por factores como financiamiento no han logrado llevar sus productos a otros mercados. Las conservas que estos fabrican son muy apetecidas a nivel local y según datos de Proecuador los europeos son los mayores consumidores en el mundo de conservas, mermeladas, jaleas a base de frutas como son el banano, piña, mora, guayaba entre otras por lo tanto el desarrollo de un plan de exportación será efectivo al momento de buscar la internacionalización de su producción.

Para los productores conocer el proceso para la exportación servirá de mucha ayuda para ofrecer sus productos a nivel internacional, ya que los mismos cuentan y están dispuestos a acogerse a todas regulaciones existentes para alcanzar su meta a futuro de exportar sus conservas.

1.3. Alcance de la investigación

La investigación será realizada para los productores artesanales del recinto El Alto, Cantón Río Verde perteneciente a la Provincia de Esmeraldas.

1.4. Limitación

Sera decisión del interesado llevar a cabo el plan de exportación. Se propone el mercado de Estados Unidos como sugerencia para la exportación.

1.5. Delimitación

Área: Comercio Exterior

Sector: Miami, Florida

1.6. Hipótesis de la investigación

Si se desarrolla un plan exportación de conservas de banano orito con guayaba, entonces se contribuirá al desarrollo económico de los productores del cantón Río Verde.

2. Metodología de la Investigación

2.1. Tipo de estudio

El tipo de investigación que se realizó fue descriptiva mediante un estudio de campo que constituye un proceso sistemático, riguroso y legítimo de recolección, análisis y presentación de datos, basándose en una estrategia de interpretación directa de información fundamental para la investigación. Para validar la investigación de campo, se dirigió a los productores de conservas de banano orito con guayaba del sitio "El Alto", cantón Río verde, provincia de Esmeraldas y a los habitantes de Miami, Florida.

2.2. Método de investigación

La metodología de la investigación que se utilizó en el presente estudio, es de diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, ya que por la complejidad del proceso, se enfocó en la técnica de encuestas a los importadores de conservas de frutas localizados en la ciudad de Miami- Estados Unidos con el fin de identificar el nivel de aceptación que puede tener el producto a ser exportado.

2.3. Técnicas e instrumentos

2.3.1. Encuesta

La encuesta es una herramienta que permitirá mediante la tabulación de datos de la muestra establecida; el análisis profundo de las tablas de frecuencias de las respuestas otorgadas por los encuestados, con el objetivo de generar interpretaciones reales a la realidad socioeconómica ecuatoriana. (Sampieri 2010)

2.3.2. Ficha de Encuesta

Se diseñó un cuestionario estandarizado con preguntas abiertas y cerradas diseñados para aplicarlas en una encuesta cara a cara y online entre el encuestador y el encuestado.

3. Población y Muestra

La población demuestra un promedio de 90 importadores de conservas en el mercado de Estados Unidos según datos estadísticos del Trade Map en el año 2015, los cuales son consideradas para sacar el tamaño de la muestra y así llevar a cabo la investigación y que sirvió para determinar con mayor autenticidad la viabilidad del presente trabajo investigativo.

Se aplicó la siguiente

fórmula:

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}}$	donde: $n_o = p*(1-p)*\left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d}\right)^2$

Simbología:

- n: tamaño de la muestra
- N: tamaño de la población
- p: posibilidad de que ocurra un evento, p=0.5
- a: posibilidad de no ocurrencia de un evento, a= 0.5
- d: error, se considera el 7%; d= 0.07
- Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z= 2.10

3.1. Análisis de los resultados

Esta parte del presente trabajo fue hecha en base a una encuesta internacional online aplicada a 62 empresas importadoras de productos alimenticios de la ciudad de Miami- Estados Unidos.

Cada pregunta de la encuesta fue desarrollada con el objetivo de conocer el nivel de aceptación que tendrá el producto a ser exportado y a su vez tener en cuenta varios aspectos para ingresar a este mercado entre ellos la competencia, precios de venta, puntos de ventas del producto.

De la encuesta se pudo obtener la siguiente información: posibles lugares de venta del producto, precios de referencias para la venta, nivel de consumo de conservas de frutas entre otros.

El total de encuestados consideran que si están dispuestos a importar la conserva de banano orito con guayaba ya que actualmente se encuentran importando conservas de frutas desde Ecuador y necesitan diversificar la variedad de conservas que importan desde nuestro país.

A través de la encuesta se pudo observar el nivel de aceptación que tiene la producción nacional ecuatoriana ante el mercado de Estados Unidos aunque el ingreso a este mercado es complicado para los productores y exportadores ecuatorianas han sabido manejar estas barreras cumpliendo con los requisitos establecidos por el país de destino de sus exportaciones

Como conclusión tenemos que las conservas de banano orito con guaya tendrán una gran acogida en el mercado sugerido para la exportación.

4. PROPUESTA

“Diseño de un plan de exportación de conservas de banano orito guayaba para los productores artesanales del cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas”

4.1. Justificación de la propuesta

Para el actual trabajo de investigación se planteó diseñar un plan de exportación de conservas de banano orito con guayaba del sitio “El Alto”, cantón Río verde, Provincia de Esmeraldas. Debido a que después de realizar la investigación se pudo verificar que desconocen los procesos de exportación y los beneficios que otorga la internacionalización de su producción.

La capacidad de producción que poseen los productores es rentable para la exportación del producto y los costos de producción son relativamente bajos siendo esto un factor muy importante al momento de tomar la decisión de lanzarse al mercado exterior ya que el éxito de la exportación es obtener la rentabilidad de la misma minimizando los costos.

4.2. Objetivos de la propuesta

4.2.1. Objetivo general

- Describir los procesos de exportación de conservas de banano orito con guayaba de manera sencilla y sistemática facilitando la aplicación de los mismos al momento de la exportación.

4.2.2. Objetivos específicos

- Identificar las exigencias tanto nacionales como internacionales del producto basadas en la normativa vigente facilitando así la internacionalización del producto de exportación.
- Determinar el proceso logístico adecuado para la exportación de conservas a través del uso de las técnicas empleadas en la distribución física internacional vigente estableciendo la cadena logística para la comercialización del producto.
- Establecer los costos que incurren en la exportación de las conservas hacia el mercado sugerido mediante uso de herramientas financieras indicando el precio justo para la exportación del producto

4.3. Aspectos para la exportación.

4.3.1. Descripción del producto

El producto constituye el elemento primordial y por el cual las empresas son cada vez más competitivas en el mercado nacional e internacional, ya que buscan obtener una mejor calidad, entendiendo que esta variable comprende la capacidad y funcionalidad que cumple para la persona que lo adquiere. El producto de la presente investigación es la conserva de banano orito con guayaba, que se compone de varios atributos o características con el cual la organización identifica sus productos como realizados en el Ecuador; específicamente en el sitio “El Alto”, cantón Río Verde, provincia de Esmeraldas.

La conserva de banano orito con guayaba, es un alimento que se vende de manera recurrente en sitio “El Alto”, cantón Río verde, provincia de Esmeraldas; goza de gran popularidad por su excelente sabor y textura. Esta es elaborada en condiciones óptimas para el consumo por un largo periodo de tiempo, por lo general por un lapso de un año en un lugar fresco y seco.

Figura 1. Producto terminado



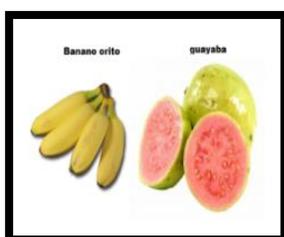
Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.3.2. Ingredientes del producto

El orito es una variante más pequeña del banano, de aproximadamente 12 cm y con un sabor más dulce; también se lo denomina en inglés "finger banana" por sus dimensiones parecidas a un dedo. Por otro lado la guayaba es una fruta tropical de 8 cm, que contiene una gran riqueza en antioxidantes, superior a cualquier cítrico. Las frutas anteriormente mencionadas poseen un sabor exquisito y son degustadas en todo el continente americano.

Figura 2. Banano orito y guayaba



Fuente: Cortez, Mayra

Elaborado por: Cortez, Mayra

4.3.3. Mercado Internacional

4.3.3.1. Aspectos generales de Miami

Tabla 1. Datos de Miami

Población	408.568 habitantes
Superficie	143.148.642 km₂
Idioma oficial	Inglés
Gentilicio	Miamense

Fuente: (Official Website of the City of Miami 2016)

Elaborado por: Cortez, Mayra

Miami es una ciudad-puerto ubicada al sureste de Florida, Estados Unidos, alrededor del río Miami, entre los Everglades y el océano Atlántico. Es considerada una ciudad globalizada, que tiene una parte representativa en las finanzas, los medios de comunicación, entretenimiento, artes y comercio internacional.

4.3.3.2. Clasificación arancelaria en Estados Unidos

Figura 3. Sistema arancelario de Estados Unidos

Heading/ Subheading	Stat Suf fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty	
				1 General	2 Special
2008.99.8000		Pulp			
2008.99.91		Other			
2008.99.9110		Bean cake, bean stick, miso and similar products			
2008.99.9190					
2008.99.91		Other		6%	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 35%

Fuente: (Harmonized Tariff Schedule 2017)

Elaborado por: Cortez, Mayra

El producto a ser exportado está clasificado en la subpartida arancelaria 2008.99.91 pagando un arancel del 35%.

4.4. Término de negociación (Incoterms)

El término de negociación que se manejará en el contrato de compra-venta para la exportación de la conserva de banano orito con guayaba será FOB (Free- on- Board – Franco a Bordo).

FOB: El vendedor no tiene responsabilidad alguna ante el comprador por la contratación del seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe entregar toda la información necesaria para que el comprador contrate el seguro. (Camara de Comercio Internacional 2010)

4.5. Forma de pago

La forma de pago será al contado a través de una transferencia bancaria una vez la mercancía haya llegado al puerto de destino en Miami. Esta disposición debe ser mencionada en el contrato de compra venta internacional pactada entre vendedor y comprador.

4.6. Comercialización del producto

La comercialización del producto será de manera directa a las empresas distribuidoras en la ciudad de Miami los mismos que abastecerán del producto a los diferentes hiper y supermercados. (Camara de Comercio de Bogotá 2010)

Figura 4. Canal de comercialización directo



Fuente: Investigación de campo

Elaborador por: Cortez, Mayra

4.7. Logística

Estados Unidos cuenta con puertos y aeropuertos modernos que facilitan las actividades de importaciones y exportaciones. Uno de los principales puertos marítimos en Estados Unidos está ubicado en la ciudad de Miami, el Port Everglades se considera uno de los principales puertos de este país. Estados Unidos cuenta con una de las mejores infraestructuras portuarias del mundo con más de 50 puertos entre principales y auxiliares, siendo los principales para las exportaciones ecuatorianas Miami o Port Everglades y Charleston. (Ramírez 2015)

Figura 5. Ubicación geográfica Port Everglades



Fuente: (Official Website of the City of Miami 2016)

Elaborador por: Cortez, Mayra

4.7.1. Envase, empaque y embalaje

El envase adecuado para la exportación es en frasco de vidrio con tapa de aluminio que permitirá conservar el producto en buen estado hasta su destino final. El embalaje adecuado para la exportación será en cajas de cartón con separadores de cartón corrugado con las siguientes dimensiones: 40*30*24cm con peso de 7,2 kilogramos cada una, la cuales serán unitarizadas en paletas de 120*100*15cm que pesan 15 kilogramos cada una. Las cajas contienen pictogramas que faciliten su manipulación en la cadena logística.

4.7.2. Unitarización de la Carga

Tabla 2. Condiciones de la carga

Tipo de Transporte	Marítimo
Tipo de Contenedor	1* 40Hc reefer
Peso bruto	8,387 kg / 8 toneladas
Volumen	9,10m3
Dimensiones de los pallets	A: 120 * L: 100 * Al: 135cm
Dimensiones de las cajas	A: 40 * L: 30 * Al: 24 cm
Cantidad de pallets	18 pallets
Cantidad de cajas	810 cajas

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cortez, Mayra

Las condiciones de la carga serán las siguientes:

La mercadería será transportada en un contenedor de 40 pies High cube reefer el cual tendrá un peso bruto de 8,387 kg que corresponde a 8 toneladas, el volumen será de 9,10 metros cúbicos en el cual ingresarán 18 paletas con las siguientes dimensiones: 120cm de ancho, 100cm de largo, 135cm de alto, en cada paleta ingresarán 45 cajas con 5 niveles de apilamiento soportando un peso de 324 kilos cada paleta dando un total de 810 cajas que serán transportadas en un contenedor de 40 Hc reefer.

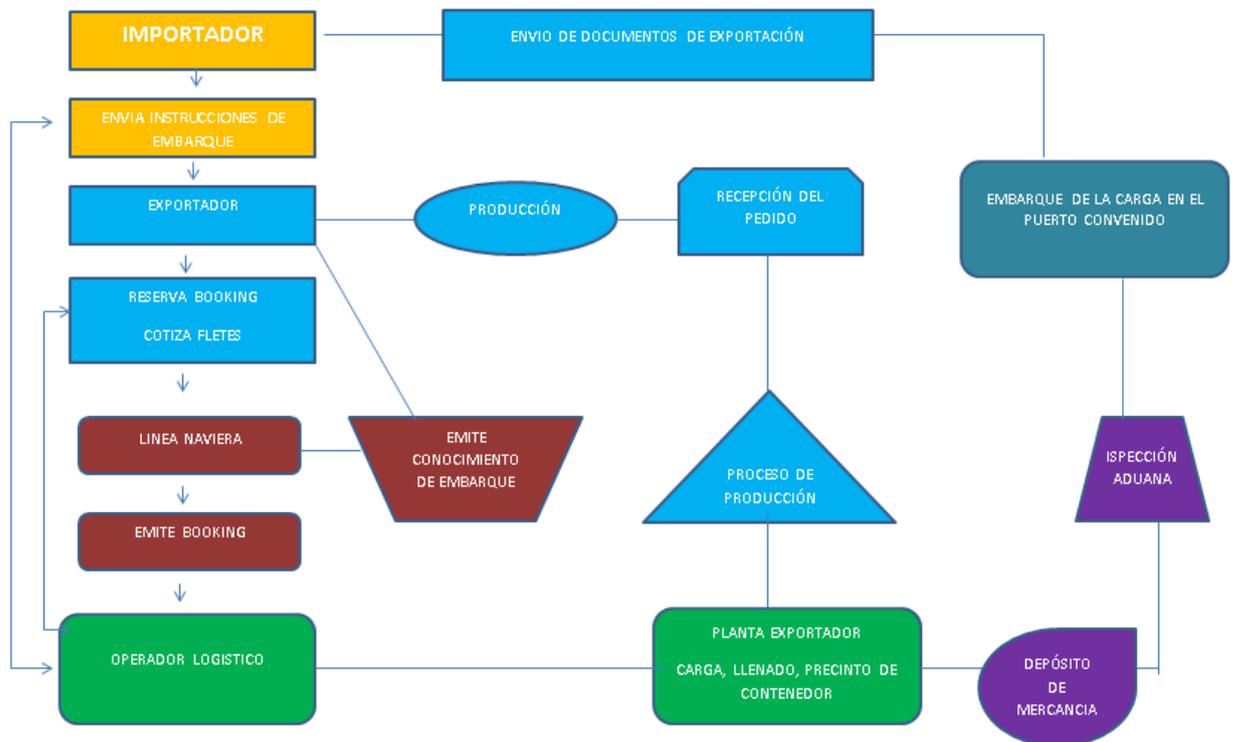
4.7.3. Tiempo de tránsito desde el puerto de Guayaquil

El tiempo estimado del transporte vía marítima saliendo desde el puerto de la ciudad de Guayaquil dirigido hacia la ciudad de Miami arribando por el Port Everglades es de 10 días aproximadamente.

4.8. Operación de Exportación

De acuerdo a lo desarrollado, este estudio pretende llevar la conserva de banano orito con guayaba al mercado de Estados Unidos - Miami y para esta operación existen varios actores involucrados.

Figura 6. Flujograma para la exportación de conservas de banano orito con guayaba.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Cortez, Mayra

Cuando el importador envía las instrucciones de embarque inicia el proceso de exportación. La empresa encargada del proceso de exportación será Logística Global Logisbal S.A, es necesario contar con todos los permisos necesarios para la exportación, el proceso se detalla a continuación:

- ✓ Recepción de los productos solicitados por el cliente.
- ✓ Se realiza una cotización de gastos implícitos en la exportación.
- ✓ Cliente acepta o rechaza la ejecución del proceso de exportación.
- ✓ Se despacha la mercadería lista para el transporte hacia el mercado de destino.
- ✓ Se realiza la declaración de exportación.
- ✓ Aduana acepta la declaración de exportación
- ✓ Asignación de canal de aforo.
- ✓ Ingreso de la mercadería al depósito aduanero temporal
- ✓ Inspección de la mercadería en la aduana
- ✓ Aprobación e ingreso de la carga al sistema Ecuapass.
- ✓ Salida de la mercancía del depósito aduanero temporal.
- ✓ Colocación de la carga en el buque.
- ✓ Zarpe del buque hacia el puerto de destino.
- ✓ Se notifica al cliente la salida de la mercadería desde el puerto de origen.
- ✓ Se monitorea la mercadería durante el viaje.
- ✓ Arribo del buque en el puerto de destino.
- ✓ Recepción de la carga por parte del cliente (importador).

El embarque se lo realizará en el puerto de Guayaquil previamente con la carga despachada desde las bodegas de los productores ubicados en el norte de esmeraldas y será enviado hasta Estados Unidos como mercado de sugerencia para la exportación por medio de la compañía Maersk Sealand S.A que será encargada del transporte internacional esta disposición depende de quién de las instrucciones de embarque estas condiciones son pactadas entre vendedor y comprador en el contrato de compra venta internacional de acuerdo al término de negociación empleado.

En cumplimiento del objetivo dos de la propuesta se determinó el proceso logístico adecuado para la exportación de conservas de banano orito con guayaba utilizando herramientas técnicas de la distribución física internacional como son: análisis de la carga, preparación del empaque, envase y embalaje, selección del medio de transporte, costos y por último la documentación.

Conclusiones

- ✓ A través de la presente investigación se analizó la demanda de conservas en el mercado internacional a través del estudio de mercado obteniendo como resultado los posibles países de destino. Sugiriendo como punto de partida para la internacionalización del producto la ciudad de Miami, quedando a libre disposición del interesado la búsqueda de nuevos mercados para la exportación.
- ✓ El banano orito y la guayaba es un recurso natural propio del Ecuador, lo cual hace y facilita la disponibilidad de la materia prima para la elaboración de la conserva, además del empeño que demuestran los productores del recinto “El Alto”, cantón Río Verde de la provincia de Esmeraldas, para que su producto esté en el mercado internacional, lo cual demuestra que hay una gran probabilidad que el actual trabajo investigativo se ponga en marcha.
- ✓ Se estableció la cadena logística adecuada para la exportación mediante la aplicación de las técnicas de la normativa vigente de la distribución física internacional obteniendo como resultado el canal de distribución factible para la comercialización del producto.

- ✓ Se diseñó el proceso de exportación para la venta del producto, basándose en la normativa ecuatoriana vigente obteniendo como resultado un conjunto de pasos fáciles y coherentes que faciliten a los productores artesanales del cantón Rio verde provincia de Esmeraldas poner en marcha el objetivo de internacionalizar su producción nacional.
- ✓ Referente al objetivo de establecer los costos que incurrirán en la exportación del producto se indicó los gastos a ser efectuados que van desde el costo del producto a nivel local como el precio de venta para la exportación determinando un precio de \$ 33,60 por una caja de 24 unidades.

Bibliografía

- Camara de Comercio de Bogotá. *Logística Camara de Comercio de Bogotá*. 2010. <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11675/100000048.pdf> (accessed Enero 1, 2017).
- Camara de Comercio Internacional. *Spain International Chamber of Commerce*. 2010. <http://www.iccspain.org/> (accessed Junio 1, 2016).
- City of Miami*. 2016. <http://www.miamigov.com/home/>.
- Harmonized Tariff Schedule. <https://hts.usitc.gov/>. 2017. <https://hts.usitc.gov/?query=2008.99.91> (accessed Junio 01, 2017).
- Official Website of the City of Miami. *Maps*. 2016. <http://www.miamigov.com/home/> (accessed Agosto 2016).
- Ramírez, Andrés Castellanos. *Logística Comercial Internacional*. Colombia: ECOE Ediciones, 2015.
- Sampieri, Fernandez, Baptista. *Metodología de la Investigación*. Santa Fe: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2010.