



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

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

TEMA

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE
GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**

Tutor

MGS. EVANGELINA MENDEZ ENCALADA

Autora

DENISSE VANESSA SUÁREZ TIGUA

Guayaquil - Ecuador

2016



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

AUTOR/ES:

DENISSE VANESSA SUÁREZ
TIGUA

REVISORES:

MGS. EVANGELINA MÉNDEZ

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

COMERCIO EXTERIOR

FECHA DE PUBLICACIÓN:**N. DE PAGS:**

145

ÁREAS TEMÁTICAS:**PALABRAS CLAVE:**

EXPORTACIÓN, PLAN DE EXPORTACIÓN, PRODUCCIÓN HOJA DE GUANÁBANA, EXPORTA FÁCIL.

RESUMEN:

El proyecto de Exportación al Granel de la Hoja de Guanábana hacia el mercado de Estados Unidos se diseñó con el fin de establecer una oportunidad de negocio de un recurso natural que posee el árbol de la guanábana, el cual tiene una gran demanda en el mercado externo debido a las propiedades medicinales que se le atribuyen. Es por ello que a través de este proyecto se detallan los procesos que debe realizar un potencial exportador para incursionar en este mercado.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI

NO

CONTACTO CON AUTORA:

DENISSE VANESSA SUÁREZ
TIGUA

Teléfono:

0981053397

E-mail:

denissesuarez1206@gmail.com

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

MSC. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA

Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO

E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec

ING. JESSICA JULIETA AROCA CLAVIJO

Teléfono: 2596500 EXT. 264

E-mail: jarocac@ulvr.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante/egresada DENISSE VANESSA SUÁREZ TIGUA, declaro 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 estudiar **PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANABANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.**

Autora:

DENISSE VANESSA SUÁREZ TIGUA

C.I. 092446193-2

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación **PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANABANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**, 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: **PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANABANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**, presentado por la estudiante **DENISSE VANESSA SUÁREZ TIGUA** como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de **LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR** encontrándose apto para su sustentación

Firma:

MGS. EVANGELINA MENDEZ ENCALADA

C.I. : 0916872963

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por darme las fuerzas necesarias para no desmayar, por darme la sabiduría que he necesitado para la culminación de este proyecto.

A mi mamá Marina por ser ese empuje, ese apoyo desde el inicio de mi carrera, por creer en mí y aconsejarme a no rendirme nunca, porque sólo con esfuerzo se puede alcanzar las metas.

A mis hermanas Daysi, Andrea y Erika por sus palabras de aliento y consejos, a mis sobrinos Steven, Matías y Luana, a mi papá Humberto, a Oscar por su ayuda y dedicación durante todo este proceso.

Denisse Vanessa Suárez Tigua

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por sostenerme, guiarme, bendecirme y permitirme llegar a este momento.

A la Universidad Laica Vicente Rocafuerte porque a través de cada uno de los profesores me impartieron valiosos conocimientos de esta carrera.

A mi tutora la Mgs. Evangelina Méndez por su dirección y consejos durante la realización de este proyecto.

A mi familia y amigos que buscaron la forma de contribuir con su tiempo y sabios consejos.

A cada uno les agradezco infinitamente.

Denisse Vanessa Suárez Tigua

RESUMEN

El Proyecto Exportación al Granel de la Hoja de Guanábana hacia el mercado de Estados Unidos tiene como objetivo incentivar a productores y exportadores al aprovechamiento de este recurso natural a través de su exportación a mercados donde su demanda es constante.

A través de este proyecto se muestra información de los principales exportadores y compradores de este producto.

Los pasos a seguir para dar inicio a la exportación de la hoja de guanábana incluyendo los pasos a seguir registrarse en cada una de las instituciones gubernamentales para gestionar la documentación previa a la exportación.

Se detallan los precios actuales de los países competidores en el mercado meta y estrategias de marketing con las que podemos captar la atención del nuevo mercado.

ABSTRACT

The Export Project Bulk Guanábana Leaf to the United States market aims to encourage producers and exporters to use of this natural resource through export to markets where demand is constant.

Through this project information leading exporters and buyers of this product is shown.

The steps to begin exporting soursop leaf including the steps recorded in each of the governmental institutions to manage pre-export documentation.

The prices of competing countries in the target market and marketing strategies with which we can capture the attention of the new market are detailed.

INDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES II	
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
ESTRUCTURA DEL PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CAPITULO I	1
1.1 TEMA	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN (OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECIFICOS)	4
1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.7 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	7
1.8 IDEA A DEFENDER.	10
2 CAPITULO II.....	11
2.1 MARCO TEORICO.....	11
2.1.1 PLANTAS MEDICINALES	11
2.1.1.1 HISTORIA DE SU ORIGEN	11
2.2 LA GUANABANA Y SU ORIGEN	18
2.2.1 GENERALIDADES	19
2.2.2 CONDICIONES GEOGRÁFICAS:	23
2.2.3 ZONAS DE PRODUCCIÓN DEL PAÍS:.....	23
2.2.4 MATERIALES DE SIEMBRA	23
2.2.5 ESTABLECIMIENTO DEL CULTIVO:	24
2.3 SIEMBRA	24
2.3.1 MARCO DE PLANTACIÓN:.....	24
2.3.2 HOYADO	25
2.3.3 CONTROL DE MALEZAS	26
2.3.4 PODAS	26
2.3.4.1 PODA DE FORMACIÓN	26

2.3.4.2	PODA DE MANTENIMIENTO	27
2.3.5	POLINIZACIÓN	28
2.4	PRODUCCIÓN DE LA GUANABANA EN EL ECUADOR.....	28
2.4.1	PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE HOJA DE GUANÁBANA: 32	
2.4.2	PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE HOJA DE GUANÁBANA: 33	
2.4.3	PORCENTAJE DE EXPORTACION DE LA GUANÁBANA EN ECUADOR.....	34
2.4.4	COMPAÑÍAS ECUATORIANAS EXPORTADORAS DE GUANABANA Y SUS DERIVADOS.....	34
2.5	IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE LA SUBPARTIDA 1211909090.....	36
2.5.1	ESTADISTICAS MUNDIALES DE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA SUBPARTIDA 1211909090.....	37
2.5.2	ESTADISTICAS MUNDIALES DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE LA SUBPARTIDA 1211909090.....	38
2.5.3	ESTADISTICAS DE EXPORTACIONES DE PERÚ DE LA SUBPARTIDA 1211909090 EN PORCENTAJE DE PARTICIPACION Y EN MILLONES DE DOLARES.....	39
2.6	ESTADISTICAS DE EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DE ECUADOR.....	40
2.7	ESTADISTICAS DE EXPORTACIONES ECUATORIANAS POR CONTINENTE, ÁREA ECONÓMICA Y PAÍS.....	41
2.8	SITUACIÓN ECONÓMICA DE ESTADOS UNIDOS.....	42
2.8.1	CARACTERISTICAS DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE	42
2.8.2	PRINCIPALES SECTORES ECONOMICOS DE ESTADOS UNIDOS	44
2.8.3	ESTADISTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR EN ESTADOS UNIDOS 45	
2.8.4	PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE ESTADOS UNIDOS	46
2.8.5	PERFIL DEL CONSUMIDOR ESTADOUNIDENSE	47
2.8.6	GASTOS DE CONSUMO POR CATEGORIAS DE LOS HOGARES ESTADOUNIDENSES.....	48
2.8.7	PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS..	49
2.9	MARCO LEGAL ECUATORIANO.....	50
2.10	MARCO CONCEPTUAL	52

2.10.1	¿CÓMO SE OBTIENE EL REGISTRO DE EXPORTADOR?.....	54
2.10.2	PROCESO DE EXPORTACIÓN	55
3	CAPITULO III.....	61
3.1	MARCO METODOLÓGICO	61
3.1.1	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	61
3.1.1.1	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	62
3.1.1.2	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	62
3.1.2	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	63
3.2	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	65
3.2.1	LA ENTREVISTA.....	65
3.2.1.1	MODELO DE LA ENTREVISTA	66
3.2.2	LA ENCUESTA	67
3.2.2.1	TIPO DE ENCUESTA.....	67
3.2.2.2	MODELO DE LA ENCUESTA	68
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	69
3.3.1	UNIVERSO MUESTRAL	69
3.3.2	MUESTRA DE LA POBLACIÓN	69
3.3.3	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.	71
3.3.4	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	71
3.3.5	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS LA ENTREVISTA DE WANABANA 74	
3.3.6	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	75
4	CAPITULO IV	83
4.1	LA PROPUESTA	83
4.1.2	OBJETIVOS DEL PROYECTO DE EXPORTACIÓN.....	83
4.1.3	RESUMEN DEL ANÁLISIS DEL MERCADO META	84
4.1.4	ANÁLISIS FODA DE LA EXPORTACIÓN DE LA HOJA DE GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE TEXAS ESTADOS UNIDOS.....	85
4.2	INVERSION FINANCIERA.....	123
4.2.1	INVERSIÓN INICIAL	123
4.1.3	PRECIO DEL PRODUCTO	123
4.1.4	PROYECCIÓN DE VENTAS	125
4.1.5	PRODUCCIÓN Y COSTO DE VENTAS.....	125
4.1.6	ESTIMACIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS.....	126

4.1.7	CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	126
4.1.8	ESTIMACIÓN DE LOS GASTOS A 5 AÑOS	128
4.1.9	FÓRMULA DEL VALOR ACTUAL NETO.....	130
4.1.10	CÁLCULO DE LA TIR (TASA INTERNA DE RETORNO).....	130
4.1.11	PUNTO DE EQUILIBRIO	131
4.2	CONCLUSIONES	132
4.3	RECOMENDACIONES.....	133
4.4	BIBLIOGRAFÍA	134

CAPITULO I

1.1 TEMA

PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comercialización en el mercado internacional de plantas medicinales entre las que se destaca la Horchata, un conjunto de hierbas y esencias de flores, tales como: el cedrón, hierbaluisa, menta, escancel, manzanilla, toronjil, llantén, hoja de naranja, cola de caballo, linaza, esencia de rosas entre otros. Según fuente de ProEcuador la Horchata comenzó a exportarse desde hace 10 años a varios mercados internacionales la cual desde entonces ha tenido gran demanda debido a sus propiedades curativas y delicioso sabor. (ProEcuador, 2015)

Estas plantas medicinales contienen componentes que son utilizados para tratar diversas patologías. Desde la antigüedad se han utilizado para poder mejorar la salud del ser humano, o disminuir los síntomas que estas enfermedades provocan.

La tendencia actual de los países desarrollados como Estados Unidos (nuestro mercado meta), es el consumo de productos naturales debido a que estos no causan daño al organismo y a su vez mejoran la salud digestiva de quienes los consumen.

En los últimos años el Ecuador ha abierto campo a este tipo de productos en el mercado internacional favoreciendo a productores y exportadores potenciales de plantas medicinales gracias a la biodiversidad de plantas que produce este país, cada año se descubren nuevas variedades de especies que no han sido explotadas aún.

Es por esto que actualmente a través de Pro Ecuador existen nuevos empresarios que están incursionando en este mercado con productos que antes solo se comercializaban de manera local y ahora gracias a esta apertura comercial serán dados a conocer a diversos mercados mundiales.

Entre estos productos no tradicionales también podemos mencionar Jugos y conservas de frutas, entre las que se encuentra la Guanábana la cual en muy corto tiempo ha ganado reconocimiento en los diversos mercados donde se comercializa debido a su delicioso sabor, al que también se le acreditan beneficios medicinales a su pulpa y sus hojas.

Del árbol de la Guanábana además de su fruto también se puede aprovechar su hoja a la que se le atribuye propiedades curativas para el tratamiento del cáncer. Lamentablemente en Ecuador no ha sido considerada esta hoja como una oferta exportable como lo hace desde el año 2010 el vecino país Perú.

La hoja de Guanábana puede ser exportada debido a la gran demanda que tienen países como Estados Unidos y el mercado europeo.

La Guanábana cuya código arancelario es 0811909500 según fuente del Banco Central se exporta a países como Alemania, España, Holanda con una participación de 10.08 TM y 33.45 Millones en Valor Fob. Tal como se detalla en la tabla #1, lo cual representa un porcentaje significativo de ingresos a la Balanza Comercial Ecuatoriana. (Banco Central del Ecuador, 2016).

TABLA # 1

TITULO: DESTINOS DE EXPORTACIONES DE GUANABANA				
CODIGO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PAIS	PESO NETO	MILES USD FOB
0811909500	Guanábana (Annona Muricata)	ALEMANIA	9.73	32.43
0811909500	Guanábana (Annona Muricata)	ESPAÑA	0.20	0.52
0811909500	Guanábana (Annona Muricata)	PAISES BAJOS (HOLANDA)	0.14	0.50
TOTALES			10.08	33.45

Fuente: Banco Central del Ecuador

Según fuente SIICEX Perú está comercializando la Hoja De Guanábana la cual tiene una gran demanda en países como Estados Unidos, Japón, Alemania, Singapur, Hong Kong, China, Francia, Corea del Sur, Malasia, Canadá entre otros. (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2015).

Es por esto que consideramos que es importante dar a conocer los beneficios de la Hoja de Guanábana para diversificar la oferta exportable de plantas medicinales del Ecuador.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo demostrar a los actuales productores y exportadores que la hoja de guanábana puede ser considerada un producto viable para exportar?

A través de un proyecto de exportación en el que se evaluarán los pasos a seguir para realizar una exportación desde Ecuador hacia Estados Unidos y culminarla con éxito.

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- Como conocer qué tipo de documentación y trámites se requieren para realizar la exportación de hoja de guanábana desde Ecuador?
- Qué tipo de requisitos se debe de cumplir para ingresar al mercado de Estados Unidos?
- Cuáles son los principales exportadores de Hoja de Guanábana en el mundo?

- Cómo podemos determinar la demanda de este producto en el mercado de Texas-Usa?

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN (OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECIFICOS)

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Fomentar las exportaciones de la Hoja de Guanábana incentivando el aprovechamiento de este recurso en los pequeños productores generando un valor a la exportación de la Guanábana.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Recopilar toda la información que incluya la documentación previa y demás trámites que se requieren en Ecuador para la exportación de la Hoja de Guanábana.
- Analizar el mercado meta requisitos y trámites para el ingreso del producto.
- Identificar los principales competidores en la exportación de este tipo de producto en el mercado Estadounidense.
- Demostrar a través de una encuesta a la población, la demanda de este producto en el Mercado de Estados Unidos.

1.6 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Según recientes informes de las estadísticas de exportación de nuestro país vecino Perú a través del portal de SIICEX, la hoja de guanábana es una excelente opción de oferta exportable y Estados Unidos es uno de los países que se ubica entre los principales importadores de la Hoja de Guanábana a nivel mundial debido a que su población está optando en su mayoría por el uso de productos naturales para mejorar su nivel de vida.

El mercado de exportación de las plantas medicinales ha tenido una gran acogida en el mercado externo debido a su delicioso aroma y beneficios que estas aportan a la salud, como ejemplo tenemos el caso de la “Horchata” un conjunto de plantas medicinales que en

poco tiempo ha llegado a mercados tales como: Alemania, China, Estados Unidos, Francia, Italia, Madagascar, Panamá, Países Bajos (Holanda), Perú, Reino Unido.

Tal como se detalla en la Tabla #2.

TABLA #2				
TOTALES DE EXPORTACIÓN DE PLANTAS MEDICINALES				
P.A. 121190000				
CODIGO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PAIS	PESO NETO	MILES USD FOB
121190000	Los demás	ALEMANIA	6.00	19.50
121190000	Los demás	CHINA	228.37	517.47
121190000	Los demás	ESTADOS UNIDOS	12.16	194.39
121190000	Los demás	FRANCIA	13.50	38.12
121190000	Los demás	ITALIA	0.32	10.16
121190000	Los demás	MADAGASCAR	30.00	87.00
121190000	Los demás	PANAMÁ	0.02	0.14
121190000	Los demás	PAISES BAJOS	0.65	0.95
121190000	Los demás	PERÚ	0.03	0.02
121190000	Los demás	REINO UNIDO	0.50	1.10

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Este proyecto está enfocado en dar a conocer a los productores y exportadores de la Guanábana, la factibilidad de poder comercializar la hoja de esta fruta y no solo su pulpa o fruto, a diversos países. Nos enfocaremos en estudiar el Mercado de Texas-Estados Unidos debido a que es uno de los principales compradores de la Hoja Guanábana. Según la fuente del SIICEX Perú (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2015).

A través de este proyecto queremos dar a conocer las etapas que atraviesa un producto para que sea ubicado en el Mercado Internacional, los diversos factores que se presentan, y los beneficios que puede recibir un productor-exportador ecuatoriano.

Este proyecto es importante para demostrar los diferentes beneficios medicinales que posee la Hoja de Guanábana lo que incrementa la demanda del Mercado Externo.

La importancia de este proyecto radica en aprovechar la producción nacional de la hoja de guanábana, recurso que se produce al mismo tiempo que su fruto y que se está desaprovechando por falta de conocimiento de los productores. Una vez que se cuente con la recolección de la materia prima y su respectiva limpieza se continúe con el proceso de empaclado para su posterior comercialización en el mercado internacional esta materia habrá ganado un valor agregado.

Es por eso que consideramos que de esta forma aportaremos a diversificar la oferta exportable de nuestro país, contribuyendo al flujo económico del mercado interno.

Este proyecto tiene como objetivo realizar un plan de exportación a través del cual se podrán conocer los procesos logísticos, comerciales, operativos y financieros en los que deberá incurrir un potencial exportador de hoja de guanábana aprovechando los recursos naturales de nuestro país, generando valor agregado a estas materias primas que no han sido explotadas anteriormente y al mismo tiempo creando nuevos nichos de productos exportables desde Ecuador.

A través de este proyecto proveeremos al mercado internacional de un producto ecuatoriano en estado natural que aportará beneficios para la salud del consumidor, razón por la cual proyectamos comercializarlo al mercado Estadounidense específicamente a Texas debido a que consideramos es uno de los países que posee la mayor demanda de compra de la Hoja de Guanábana, ya que sus habitantes conocen de los diversos beneficios que esta planta medicinal aporta a la salud lo que representa una gran ventaja comercial para Ecuador para dar a conocer este producto y así satisfacer la demanda de este mercado.

Estados Unidos posee una gran demanda para la Hoja de Guanábana por eso mediante este proyecto se dará a conocer los beneficios que se obtendrán al incursionar en la exportación de este nuevo producto cuyos compuestos medicinales son tan apetecidos, dando como resultado que se creen nuevas fuentes de empleo para el mercado interno y de esta forma se mejore la calidad de vida de nuestra población.

Dependiendo de la factibilidad y volumen de producción de esta planta medicinal se aplicarán los resultados de la investigación a partir del primer semestre del 2017.

1.7 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto está dirigido a los actuales productores y exportadores de esta fruta en su estado natural, según fuente del Banco Central los actuales exportadores cuyos domicilios están ubicados en Guayaquil y Quito. (Banco Central del Ecuador, 2016)

A continuación el detalle a las empresas que actualmente comercializa el fruto de la Guanábana procesado en el mercado externo:

- **Procesadora de Frutas Naturales Profrutas Cía. Ltda.**



Nombre Comercial: Natutropic

Dirección: Parque Industrial Inmaconsa Calle Pechiches entre Tecas y Cedros

Teléfono: 593 4 2103713 / 593 4 2103730

Contactos:

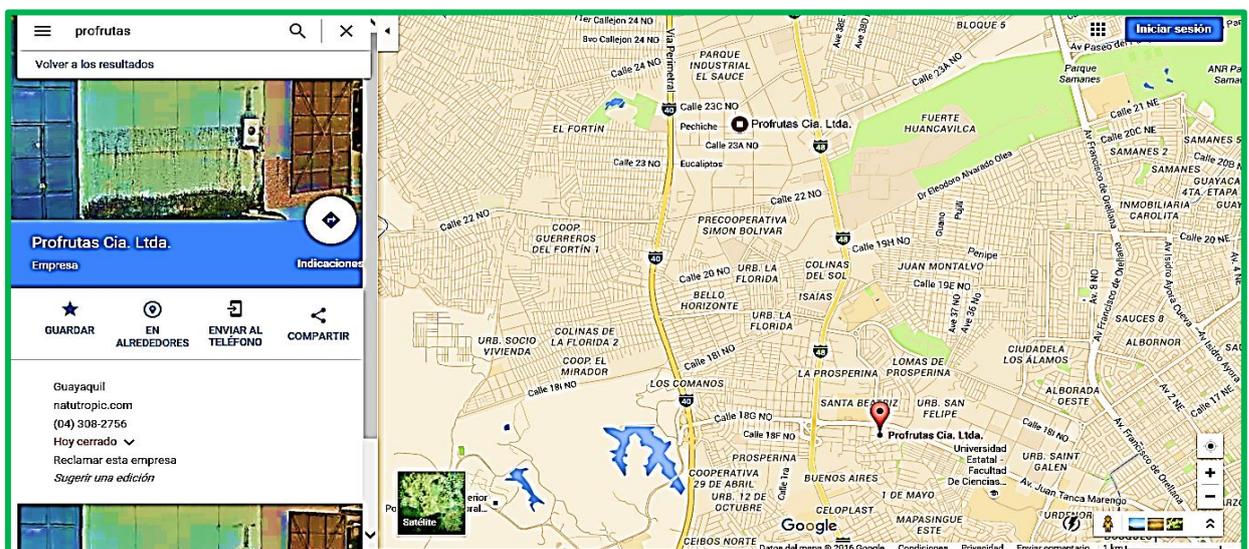
Ing. Jaime Salcedo Dávila **email:** gerencia@pro-frutas.com

Ing. Jaime Salcedo Cruz **skype:** jaialsal

Sitio Web: <http://www.natutropic.com/paginas/contact.html> (Profrutas, 2016)

Imagen 5.

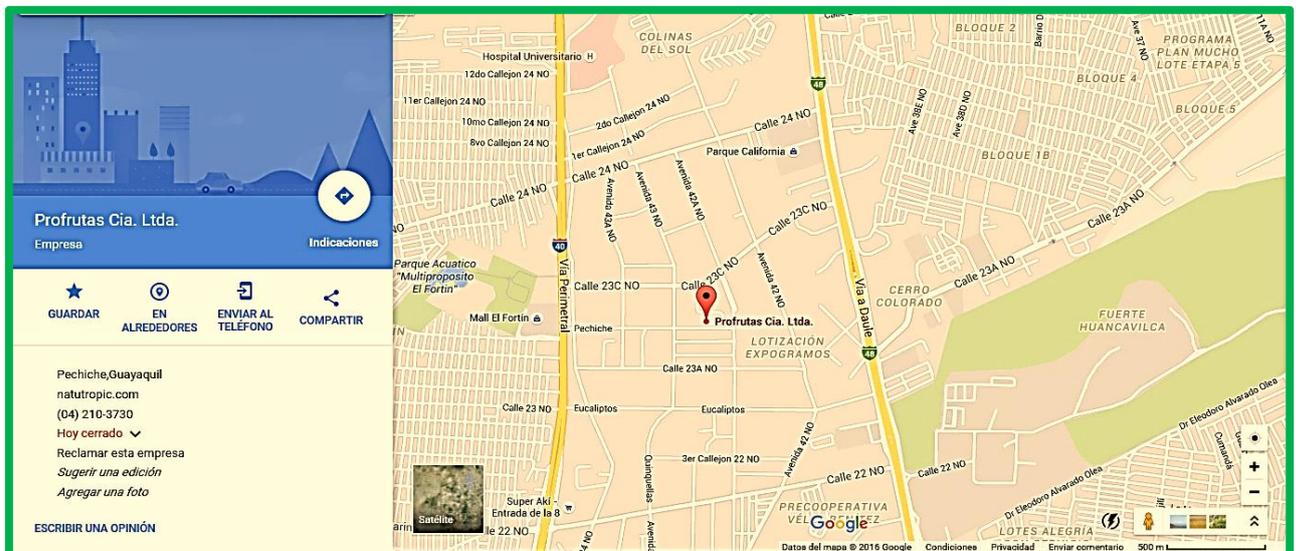
Oficinas Empresa Profrutas Guayaquil-Ecuador



Fuente: (Google Maps, 2016)

Imagen 6

Planta Producción Empresa Profrutas Guayaquil-Ecuador



Fuente: (Google Maps, 2016)

- Exofrut S.A.



Dirección: Km 19.5 Vía a la costa P.O. Box # 16358 Guayaquil – Ecuador

Teléfonos: +593 4 2046040 / +593 4 2046032

Contactos:

Paola Ullauri: Jefe de Exportaciones

email: pullauri@exofrut.com

Giglio Rivera: Gerente Comercial

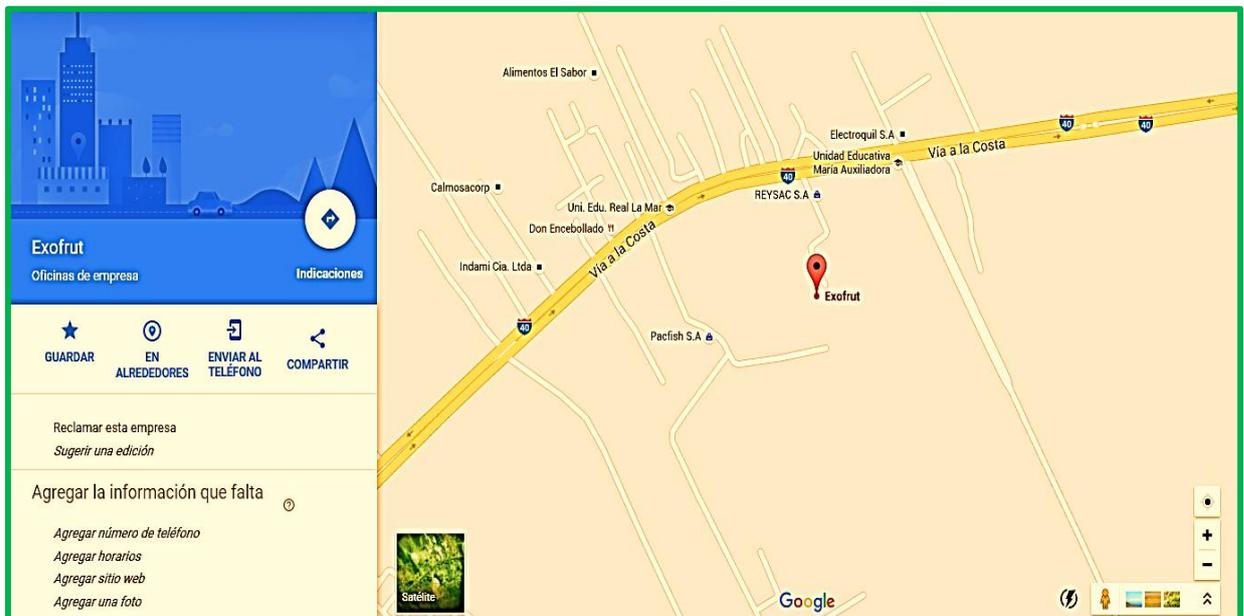
email: grivera@exofrut.com

Sitio Web:

<http://www.exofrut.com/contactenos.php> (Exofrut, 2016)

Imagen 7

Ubicación de la Empresa Exofrut



Fuente: (Google Maps, 2016)

Imagen 8.

Hacienda Rapallo Km. 30 Vía a la Costa



Fuente: (Google Maps, 2016)

- **Austrofoods Cía. Ltda.**

Nombre Comercial: Wanabana



Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado S32-81 y Moran Valverde.
Panamericana Sur Km 9

Ruc: 1792135419001

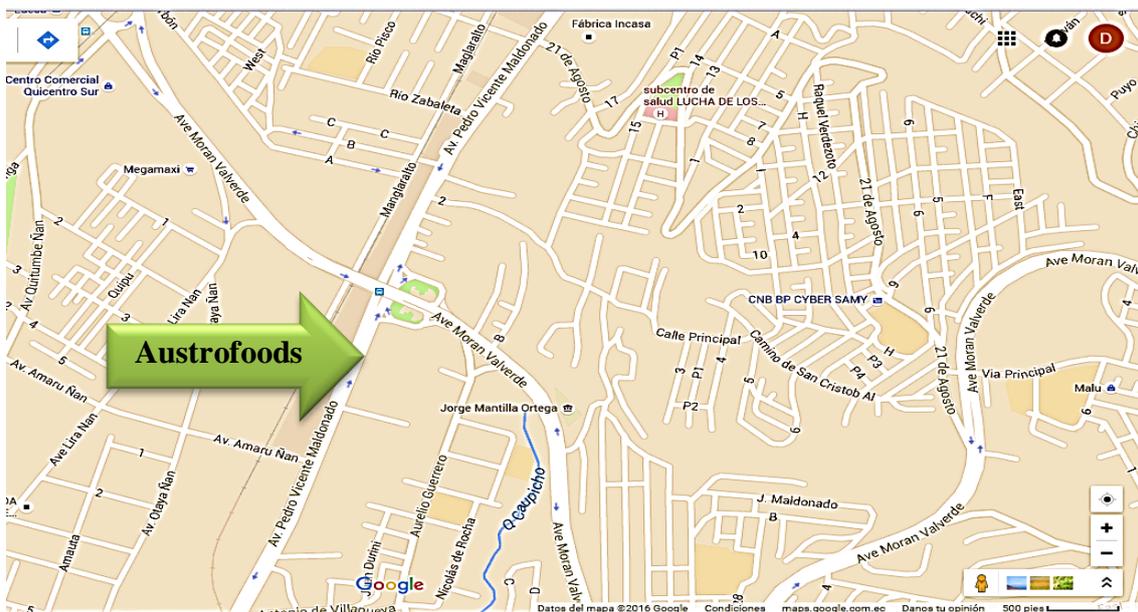
Teléfono: 22677179

Email contacto: sale@wanabana.com.ec

Sitio Web: <http://www.wanabana.com.ec/site/enviar.php> (Wanabana, 2016)

Imagen 9

- **Ubicación de la Empresa Austrofoods Cía. Ltda. /Wanabana**
Quito-Ecuador



Fuente: (Google Maps, 2016)

1.8 IDEA A DEFENDER.

Si se diseña un proyecto de exportación de la Hoja de Guanábana al mercado de Texas-Estados Unidos se dará a conocer los procesos que requiere un potencial exportador para llevar esta fruta a este mercado de gran demanda.

2 CAPITULO II

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 PLANTAS MEDICINALES

2.1.1.1 HISTORIA DE SU ORIGEN

El Origen sobre cuando comenzaron a ser utilizadas las plantas medicinales se desconoce, tal vez en la búsqueda de algún remedio para alguna dolencia y poder sanar a través de un preparado llegaron a descubrir el uso de estas.

También se piensa que los descubrimientos se realizaron cuando el hombre se encontraba en la búsqueda de nuevos alimentos.

El hombre tenía que comprobar cuales especies eran comestibles y esto conllevaba a que las probasen en sus propios cuerpos. En ocasiones encontraban plantas comestibles y otras que eran venenosas que perjudicaban su salud.

Al comenzar a descubrir sus efectos comenzaron a utilizarlas con mayor continuidad algunas de ellas les hacían defecar con mayor facilidad otras les quitaban el dolor en las articulaciones.

Existe una historia sobre un soldado que por accidente descubrió la quinina ingrediente principal de la chinchona esta planta podía curar fiebres muy altas, resulta que al parecer este soldado bebió de un charco donde había caído una rama de este árbol y al despertarse se le había curado la fiebre.

En la antigüedad los conocimientos de los usos de estas plantas se transmitían de manera oral debido a que no existía aún la escritura, se conoce que el primer texto sobre el uso de las plantas medicinales tiene aproximadamente 4000 años de antigüedad, se halló una tablilla de arcilla perteneciente a una cultura que vivía al Sur de los ríos Éufrates y Tigris lo que actualmente se conoce como Irak. (Botanical Online, 2016)

En el antiguo Egipto las plantas medicinales se las utilizaba bajo un sistema debido a que se han descubierto alrededor de 700 fórmulas en las que se detallan diferentes plantas.

En el año 1700 antes de Cristo se realizó la impresión de un escrito llamado el Papiro de Ebers el cual contenía diversas fórmulas.

El uso de las plantas medicinales se remonta desde el año 5000 antes de Cristo en el continente Asiático un buen ejemplo de esa teoría es el libro Pen Tsao que contiene el estudio de más de 300 plantas.

En la India el uso de las plantas medicinales se remonta desde el año 800 antes de Cristo con la publicación del Ayurveda donde se detalla el uso de 800 especies, además incluye datos religiosos de filosofía y ciencia para llevar unos hábitos saludables y conseguir una salud plena. (Botanical Online, 2016)

Se conoce que en la India la medicina ayurvética era la forma de afrontar las enfermedades de la clase social pobre y a la vez se fue extendiendo este conocimiento a otros países occidentales quienes lo conocen este método como medicina alternativa.

Los griegos y los romanos adoptaron la tradición de Egipto por lo cual usaban las plantas medicinales para tratar enfermedades y tener un buen estado de salud. Es por esto que se conocía al físico griego Hipócrates como el padre de la medicina debido a que el solía decir “Deja que la comida sea tu medicina y tu medicina tu comida” (Botanical Online, 2016).

Las plantas medicinales que se cultivan en Ecuador las que podemos encontrar en huertos campesinos en bosques de la sierra y la costa forman parte de la riqueza florística del país.

Existen diversos testimonios sobre el uso de ellas en diferentes civilizaciones debido a que al inicio solo las utilizaban por instinto, después fueron utilizadas con diferentes propósitos cuando llegaron a conocer sus propiedades terapéuticas. (Botanical Online, 2016)

En los tiempos actuales la humanidad ha reflexionado sobre la necesidad de volver al uso de estas plantas medicinales cuyos efectos curativos fueron utilizados durante varios siglos para aliviar dolencias y problemas de salud. (Botanical Online, 2016)

Es por ello que la demanda de estas plantas y las recetas que con ellas se puede elaborar ha crecido en gran manera. “Recolección adaptación y producción de biomasa de plantas medicinales y aromáticas de la Sierra Ecuatoriana” (INIAP, 2015)

2.1.1.2 GENERALIDADES

Las plantas medicinales son utilizadas para la extracción de sus aceites debido a que tienen una gran demanda en varias industrias entre las que podemos mencionar la industria farmacéutica, cosmetológica y alimenticia.

El mercado en la actualidad posee una gran demanda de diversas fórmulas a base de estas plantas para tratar distintas enfermedades, al igual que son solicitadas las tisanas para la elaboración de infusiones.

Los conocimientos y tradiciones que han sido heredados a la nueva generación por parte de nuestros antepasados sobre la utilización de estas plantas son muy variados ya que no solo se las puede consumir en infusiones, sino que varias partes de las plantas pueden ser utilizadas de otras maneras como en emplastos, algunas pueden consumirse mezcladas o directamente sobre los alimentos. (INIAP, 2015)

2.1.1.3 PLANTAS MEDICINALES DE ECUADOR Y SUS USOS:

De acuerdo al tipo de planta medicinal que se utilice estas pueden ser consumidas de las siguientes formas si dejar de otorgar todos sus beneficios naturales:

- Infusión
- Cocimiento o decocción
- Maceración
- Compresas Frías/Calientes
- Jarabes
- Ungüentos
- Aceites entre otros. (Ecured, 2016)

A continuación detallamos algunas formas para lo que se usan las plantas medicinales:



(INIAP, 2015)

2.1.1.4 LA HORCHATA

La horchata bebida tradicional de la provincia de Loja, pero también la suelen consumir en otras provincias de la serranía ecuatoriana y en países como Estados Unidos a donde, desde hace 10 años, empezó a exportarse.

La diferencia que existe entre la horchata ecuatoriana y la horchata que se consume en países como España y México es que la Horchata Lojana está compuesta de 28 hierbas medicinales que se producen en pequeños huertos los cuales abastecen los mercados de las ciudades australes. (Agencia Publica de Noticias del Ecuador Suramérica, 2016)

La infusión que se produce producto de la horchata es una bebida de color rojo y sabor dulce, se la puede consumir fría o caliente, esta bebida está compuesta de 28 hierbas medicinales entre las que se detallan:

Escancel, congona, cedrón, grama dulce, chacharillo, pimpinela, flores, manzanilla, llantén, malva esencia, malva olorosa, malva blanca, menta, toronjil, borraja, cola de caballo, violeta, ataco, hoja de naranja, shullo, orégano dulce, cadillo, hierba luisa, melva goma y linaza entre otras plantas. (Agencia Publica de Noticias del Ecuador Suramérica, 2016)

Según varias investigaciones realizadas esta mezcla de plantas medicinales se les atribuye propiedades energizantes, diurética, anti-estrés, hidratante, tónico cerebral, digestivo, entre otras.

En la parroquia Chuquiribamba cerca de 250 familias se dedican a la producción de esta bebidas, y desde hace 8 años se creó la primera planta de procesamiento de hierbas, en la actualidad esta planta produce 8.000 unidades de horchata de limón, 5.000 de horchata premium y 8.000 Clásicas. Además, comercializan 600 kilos de materia prima a una cadena nacional para elaborar el té de horchata. (Agencia Publica de Noticias del Ecuador Suramérica, 2016)

La horchata se la puede encontrar en bolsas de 50 y 34 gramos, bolsitas de té y recientemente también se la comercializa en botella bajo la marca Forestea. (Agencia Publica de Noticias del Ecuador Suramérica, 2016).

2.2.12.1 CARACTERÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS PLANTAS MEDICINALES ECUATORIANAS

La producción agrícola de las plantas medicinales de Ecuador como fuente exportable busca contribuir para reducir el índice de pobreza y desempleo generando nuevas plazas de trabajo a quienes formen parte de la cadena logística.

El proceso de producción, industrialización y comercialización de un producto agrícola puede ser muy favorable para toda una comunidad debido a que los beneficios no solo encierran al productor y sus empleados sino para el desarrollo de todos los pueblos.

El caso de la Horchata que se ha abierto mercado en el exterior debido a su delicioso sabor y el conjunto de plantas medicinales del que está compuesto, ha hecho que esta bebida se comercialice cada vez con mayor demanda.

Es por ello que algunas empresas de Lojanas tomaron la opción de abrir su propia planta productora de horchata beneficiando a algunas familias que se dedican al cultivo de estas plantas.

Entre estas empresas podemos mencionar las Empresas Horchata Lojanita, Horchata Sureñita que son empresas que comercializan el producto en el mercado interno como externo, según una entrevista realizada al Sr. Kelvin Sigcho, gerente propietario, el 20% de la producción es destinada al extranjero y el 80% restante se distribuye en el país.

El Propietario de la Sureñita S.A indica que para llegar al mercado internacional, la empresa tuvo que elaborar estrategias de marketing. "Una de las claves del éxito es mantener el sabor del producto para que el consumidor se sienta satisfecho".

La empresa asesora a las 80 familias campesinas que proveen la materia prima, en las actividades de siembra y de cosecha adecuada de las plantas medicinales.

La Sureñita visita los terrenos de los proveedores de forma permanente. (Lideres, 2016)

La manzanilla la adquieren de las parroquias rurales de Loja como: Vilcabamba, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba, Chuquiribamba y Taquil incluso de Ambato.

Esta empresa se caracteriza por pagar un precio justo al productor para contar con materia prima los 12 meses del año. El pago por cada quintal de materia prima se oscila entre USD 20 y 50; el precio varía por la calidad cosechada. (Lideres, 2016)

La planta, cuenta con 20 trabajadores realizan la desinfección, selección y secado de las plantas para el envasado y empacado. En la bodega distribuyen los volúmenes que se entregan a varias cadenas de supermercados a nivel nacional entre los que tenemos: Supermaxi, Tía, Coral, Zerimar (Loja) y también a pequeñas tiendas. Diariamente Sureñita fabrica alrededor de 6 000 bolsas de 35 gramos. (Lideres, 2016)

En el mercado de EE.UU., la horchata se comercializa con el nombre de Doña Tere en frascos herméticos de 50 gramos. Hace aproximadamente cuatro años se comercializa el producto en sitios como Nueva York, Oregón, Kansas, Wyoming y Misuri. Y también se distribuye para Italia, Francia y España cuyas ventas representan el 5%.

La producción al mes es de 150 000 bolsas que se venden a USD 0,40 al por mayor, cada unidad. (Lideres, 2016)

2.2 LA GUANABANA Y SU ORIGEN

Imagen 10

Árbol de Guanábana



Fuente: (Mercado Libre Mexico, 2016)

La Guanábana conocida científicamente como *Annona Muricata* perteneciente a la familia *Annonaceae* de la cual existen alrededor de 60 especies, es un árbol tropical cuyas ramas son un poco caídas y bajas, su altura aproximada es de 25 a 30 pies, que produce un fruto grande de forma ovalada parecido a la forma de un corazón más o menos curvo cuyo tamaño varía de 10 a 30cms y el peso puede variar entre 10 y 15 libras. (Frutales, 2016)

Esta fruta crece en las áreas cálidas de países como Ecuador, Brasil, Colombia, Venezuela, América central, Las Antillas y el Sur de México.

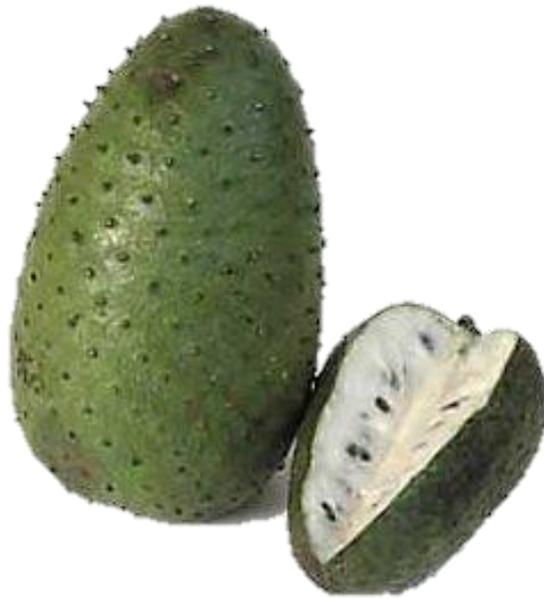
El fruto de la *Annona Muricata* en muchos países hispanos es conocido con el nombre de “Guanábana” en otros países adopta otros nombres entre los que podemos mencionar los más comunes como:

México: Zopote de Viejas, Venezuela: Catoche o Catuche, Brazil: Graviola, Bolivia: Sinini. (Frutales, 2016)

2.2.1 GENERALIDADES

Imagen 11

Fruto del árbol de Guanábana



Fuente: (Frutales, 2016)

El fruto de la Guanábana tiene una piel delgada, coreácea, reticulada con protuberancias curvadas que parecen espinas, una vez que la fruta va madurando su piel cambia de color de verde oscuro a ligeramente amarillo con verde, es muy suave al tacto, las protuberancias del exterior se hacen más cortas y la piel se rompe con mayor facilidad, en su interior la superficie es de color crema con una masa de color blanco, fibrosa y jugosa, cabe indicar que piel no es comestible.

La pulpa tiene un aroma similar al de la piña, un sabor un poco ácido los segmentos de la fruta tienen semillas estas semillas son ovaladas, lisas y duras con un característico color oscuro que tiende ser de color café oscuro a negro cuyo tamaño varía entre 1.25 a 2cm de largo, la fruta generalmente contiene muchas docenas de semillas.

Imagen 12
Semillas de Guanábana



Fuente: (Aliexpress.com, 2016)

La Guanábana tiende a florecer y dar frutos de manera continua, pero en cada zona hay un período de mayor producción.

La pulpa la utilizan principalmente en la elaboración de helados, cremas, sorbetes y en ensaladas de frutas para proporcionar su aroma y sabor adicional, en el consumo de postres.

En el Ecuador se comercializa todo tipo de guanábana que se cultiva en forma casera, las mismas que varían en cuanto a tamaño, sabor y forma, siendo las de preferencia las de tamaño mediano y grande por su mayor contenido de pulpa. (Revista Tierra Adentro, 2016)

Imagen 13
Hojas de Guanábana





Fuente: (Naturesan.net, 2015)

Las Hojas tienen forma de ovado-elíptico, de unos 5–18 por 2–7 cm, de color verdoso y brillante, a las que se le atribuyen varias propiedades curativas como cicatrizantes. El jugo de las hojas jóvenes se pone en la piel para las erupciones, se colocan las hojas dentro de la almohada para conciliar el sueño y dormir plácidamente, un cocimiento de ellas se usa con el mismo propósito. (Revista Tierra Adentro, 2016)

El fruto de este árbol la Guanábana es un fruto tropical que se cultiva mayormente en las zonas cálidas de Brasil, Ecuador, Venezuela, Colombia, Sur de México, la acogida de este fruto ha aumentado en los últimos años en la nueva generación de consumidores que gustan de sabores distintos y poco comunes, con nutrientes y propiedades curativas de enfermedades. (Cáncer Vg, 2016)

El árbol de Guanábana en su totalidad tiene poderes medicinales pero donde se potencializa su mayor contenido es en la hoja; ya que en ella se concentra un activo llamado acetogeninas anonáceas, que ha demostrado científicamente que ayuda a una persona con diversas enfermedades entre ellas y principalmente el cáncer.

Desde 1940 científicos han estudiado este fruto y su hoja que al principio su compuesto se usaba como insecticida o repelente, resultando no ser perjudicial para los humanos ni animales domésticos; de ahí se contrataron nuevas investigaciones que cada vez sorprendían más a los científicos por sus propiedades curativas, por más de 20 años se mantuvo en secreto dichos descubrimientos por intereses y celos científicos. Japón y China y la globalización dieron a conocer las maravillas de esta planta.

En la Universidad de Purdue en California, se llevó a cabo un estudio en el que concluyeron que la acetogeninas bloquea el crecimiento de células cancerígenas y el desarrollo de tumores malignos, científicos de la misma Universidad realizaron otro estudio que demostró que la acetogeninas de la hoja de Guanábana contiene ED50 un potente compuesto que es diez mil veces más potente que el adriamycin droga quimioterapéutica. (Cáncer Vg, 2016)

Ecuador se ha convertido en uno de los países con mayor cultivo y demanda de esta fruta, sus principales lugares de cultivo son Guayas y Santa Elena.

El cultivo de la guanábana se ha desarrollado en los últimos años debido a que el consumidor actual gusta de productos con sabores distintos a los tradicionales además de la aceptación que ha ganado debido a sus beneficios terapéuticos para la salud.

En Latinoamérica uno de los países que ha desarrollado un notable aumento en el cultivo de esta fruta es Brasil, con notables avances también por parte de Colombia y Ecuador en estos países se puede observar grandes plantaciones que abastecen respectivamente los mercados de las grandes ciudades como lo son Bogotá, Cali, Sao Paulo, Brasilia, Guayaquil y Quito. (INIAP, 2015)

Según estudios de la INIAP se ha observado que en Ecuador existen variedades de árboles de la Guanábana con diferentes características en lo que corresponde a tamaño, tipo de crecimiento, forma de sus hojas y ramas al igual que en su fruto entre los que se puede mencionar que algunos tienen forma aplanada, acorazonada, redonda, cilíndrica además también varía la proporción de la pulpa, el sabor y la cantidad de semillas.

Los cultivos que tiene Ecuador de esta fruta se han constituido como los más prometedores debido a que el precio en el mercado es bastante atractivo. Entre las áreas donde se puede ubicar las plantaciones de estos cultivos se encuentran las zonas de Guayas y Santa Elena, se ha visualizado que en la zona sur de Manabí esta fruta también crece de forma endémica, existen cultivos orgánicos ubicados en las áreas rurales de Santo Domingo de los Colorados. Además existen árboles dispersos a lo largo y ancho de zona del litoral. (INIAP, 2015)

2.2.2 CONDICIONES GEOGRÁFICAS:

Requerimientos climáticos y edáficos

Zonas: Las zonas subtropicales son ideales para el cultivo de la guanábana.

Altitud: 300 a 700 msnm.

Temperatura:: 20 a 32 °C. durante el día y de 13 a 19°C durante la noche

Precipitación: 1200 mm a 1500 mm / año.

Humedad relativa: 60 al 90%

Suelo: Esta especie se adapta a una amplia gama de suelos, con diferentes niveles de profundidad y textura; desde los francos, franco arcilloso, franco limoso y franco arenoso.

PH: Desde neutros a ligeramente ácidos pH 5,5 a 7.0 (INIAP, 2015)

2.2.3 ZONAS DE PRODUCCIÓN DEL PAÍS:

Entre las zonas donde se encuentran árboles de esta fruta podemos detallar las siguientes:

- Guayas
- Santa Elena
- Sur de Manabí
- Santo Domingo de lo Tsáchilas

En estas zonas las plantaciones se encuentran a una altitud de entre 300 y 700 msnm.

2.2.4 MATERIALES DE SIEMBRA

- Existen algunos ecotipos plantados en diversas áreas de cultivo de la América tropical, así, en Brasil se cultiva al material denominado “morada” en Colombia el clon ICA.
- En Ecuador el desarrollo de variedades se ha iniciado con estudios de caracterización de germoplasma en las áreas de dispersión natural de este frutal, como es el Sur de Manabí.

- Actualmente se dispone de líneas promisorias que están en proceso de desarrollo para ser lanzadas como variedad.
- Entre las características principales de líneas están las de poseer altos rendimientos, elevada proporción de pulpa, concentración de azúcares superior a 15° Brix, y una alta relación de madurez, y otras de interés comercial. (INIAP, 2015)

2.2.5 ESTABLECIMIENTO DEL CULTIVO:

- Si se trata de un suelo virgen es mejor no alterar la estructura del suelo y será suficiente con elaborar los hoyos de siembra de 30 cm de ancho por 40 cm de profundidad.
- En caso de suelos anteriormente cultivados es recomendable hacer un pase de arado y dos de rastra en cruz.
- En suelos demasiado laborados por maquinaria agrícola se puede hacer un subsolado a 70 cm de profundidad para romper capas endurecidas del suelo (pie de arado).
- Una vez efectuado el arado inicial del suelo es aconsejable dejar unos 10 Días a plena exposición solar para procurar la meteorización del mismo. (INIAP, 2015)

2.3 SIEMBRA

2.3.1 MARCO DE PLANTACIÓN:

- El marco de plantación más adecuado depende de las características de la finca o del espacio donde se realizará la siembra, si el lugar no es muy extenso lo recomendable es usar el marco en forma de triángulo ya que de esta manera se podrá obtener un mayor número de plantas por hectáreas.

- Otro factor a considerar es el grado de mecanización que se le dará al cultivo ya que debido al uso que se le dará al cultivo habrá que considerar el ancho de las maquinarias para realizar las hileras.
- Una plantación se puede realizar en diferentes esquemas los cuales se detallan:

Marco Cuadrado Real:

Existe la misma cantidad de metros de distancia entre hileras y plantas.

Ejem: 6X6

Marco Rectangular:

En este esquema la distancia que existe entre las plantas son menores que la distancia entre las hileras.

Ejemplo: 6X4

Marco Triangular:

En este tipo de esquema se maneja la forma de triángulo equilátero la distancia entre las plantas e hileras es la misma. Y cuando se trata de triángulo isósceles la distancia entre hileras es mayor que la distancia en plantas.

2.3.2 HOYADO

Para realizar la elaboración de hoyos de siembra se deben seguir las siguientes recomendaciones:

- Se puede utilizar un ahoyador o pala manual o un ahoyador mecánico montado a la fuerza de un tractor agrícola.

- La dimensión de los hoyos será de 30 cm de ancho por 40 cm de profundidad procurando colectar la tierra extraída de los primeros 20cms del hoyo la cual se ubica a un lado y el de la parte más profunda en otro.

2.3.3 CONTROL DE MALEZAS

- Es necesario tener la plantación libre de malezas para evitar que estas se conviertan en hospederos de plagas.
- El herbicida “Paraquat” es muy utilizado para eliminar de contacto las malezas en el plantío.
- El herbicida Glifosato es muy efectivo para otros tipos de malezas tales como las cyperaceas, y para el control de malezas de hoja de ancha y gramíneas, se pueden utilizar mezclas.

Mezclas:

Paraquat + ametrina en dosis de 4kg/ha

Paraquat + diurón en dosis de 2.5 kg/ha

Paraquat + terbutilazina en dosis de 3kg/ ha

Paraquat + oxifluorefen en dosis de 2 kg/ha

2.3.4 PODAS

2.3.4.1 PODA DE FORMACIÓN

Se hace a partir de los primeros meses del trasplante y consiste en dar la estructura adecuada al árbol para su posterior desarrollo, este proceso es muy importante ya que definirá para toda la vida el cuerpo del árbol.

Esta poda consiste en permitir el crecimiento inicial de un solo eje principal (tallo) el cual cuando alcance un metro de altura se corta totalmente el tallo a 60 cm del suelo con

esto se estimula la brotación de las yemas laterales y con ello obtener de tres a cuatro ramas primarias con la que se establecerá el primer piso del árbol.

Cuando las ramas principales hayan alcanzado un metro de longitud, se cortan a 50-60 cm desde la base de inserción al tallo principal para permitir la brotación de dos ramas por cada una de ellas quedando entre seis a ocho ramas secundarias en el árbol con esto queda conformado el segundo piso del árbol.

Posteriormente se repite la operación con las ramas del segundo piso obteniendo al final de esta entre 12 a 16 ramas que constituirán el tercer piso y el árbol queda finalmente estructurado. De allí en adelante las podas se limitarán a eliminar segmentos o ramas mal ubicadas o enfermas. (INIAP, 2015)

2.3.4.2 PODA DE MANTENIMIENTO

El árbol de Guanábana bajo riego presenta entre tres y cuatro ciclos de brotación durante el año y por esta razón se lo considera como un árbol de un crecimiento vegetativo exuberante.

Si no se mantiene un control en el equilibrio vegetativo del árbol debido a riego excesivo o sobre-fertilización sobre todo en el caso de nitrógeno puede hacer que la planta no florezca y por lo cual no produzca. Es por eso que se debe tener un adecuado control de estos factores.

La intensidad y frecuencia de las podas de mantenimiento también deben ser llevadas a un respectivo control, estas podas deben ser ligeras y limitadas realizando pequeños despuntes eliminando ramas enfermas y que crezcan hacia el interior del árbol.

Si se realiza una poda excesiva puede generar una pérdida del equilibrio vegetativo del árbol lo que puede conllevar una brotación excesiva y que el árbol pierda nutrientes, que sea vulnerable a ser atacado por insectos, plagas y enfermedades y finalmente puede llevar a la muerte del árbol.

El árbol de Guanábana con los cuidados correctos no debería sobrepasar los 4 metros de altura durante toda su vida aún siendo lo ideal 3 metros. (INIAP, 2015)

2.3.5 POLINIZACIÓN

Se pueden obtener frutos de buena calidad y tamaño practicando la polinización manual sobre las flores que se encuentran en el centro del follaje y en las ramas gruesas, además se deben desechar las que aparecen en las ramas delgadas y en los extremos.

La polinización consiste en recolectar flores que se encuentren estado IV es decir con la flor abierta para que de ellas se pueda extraer el polen, con este polen recolectado y con la ayuda de un pincel de cabello se poliniza sobre las flores que se encuentran en estado II y III es decir estado de flor semiabierta. (INIAP, 2015)

2.4 PRODUCCIÓN DE LA GUANABANA EN EL ECUADOR

De acuerdo a los resultados publicados por el INEC en Censo realizado en el año 2014 actualmente existen 4535 árboles de esta fruta cosechados, cuya producción en Toneladas Métricas es 263 TM anuales de las cuales se comercializan 42 TM.

Las Provincias de Guayas, Santa Elena, Manabí y Esmeraldas donde se cosecha esta fruta cuentan con el clima adecuado para favorecer el cultivo de esta fruta. (INEC, 2016)

Según datos de la INEC las provincias de Guayas y Santa Elena son las que registran mayor número de hectáreas cosechadas 120 ha. (Aprox) según lo detalla la Tabla #3.

TABLA: # 3

TITULO: ENCUESTA DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA CONTINUA 2014			
NÚMERO DE ÁRBOLES DISPERSOS COSECHADOS, PRODUCCIÓN Y VENTAS			
ÁRBOLES DISPERSOS	NÚMERO DE ÀRBOLES	PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
ACHIOTE (GRANO SECO)	694	1	0
AGUACATE (FRUTA FRESCA)	33.753	4092	607
BANANO (FRUTA FRESCA)	443.932	5.218	1.976
CACAO (ALMENDRA SECA)	127.985	132	118
CAFÉ (GRANO ORO)	103.318	10	8
CLAUDIA (FRUTA FRESCA)	24.476	329	154
CHIRIMOYA (FRUTA FRESCA)	7.915	122	69
CIRUELO (FRUTA FRESCA)	10.793	82	2
COCOTERO (FRUTA FRESCA)	17.508	690	289
DURAZNO (FRUTA FRESCA)	8.048	51	12
GUABA (FRUTA FRESCA)	44.700	930	139
GUANABANA (FRUTA FRESCA)	4.535	263	42
GUAYABA (FRUTA FRESCA)	12.690	226	8
LIMA (FRUTA FRESCA)	2.369	36	27
LIMÓN (FRUTA FRESCA)	37.354	1.679	269
MANDARINA (FRUTA FRESCA)	166.867	8.422	5.201
MANGO (FRUTA FRESCA)	71.223	4.266	562
MANZANA (FRUTA FRESCA)	9.931	119	16
MARACUYÁ (FRUTA FRESCA)	220	541	0
NARANJA (FRUTA FRESCA)	489.593	17092	9055
ORITO (FRUTA FRESCA)	45.669	728	167
PAPAYA (FRUTA FRESCA)	38.068	946	339
PERA (FRUTA FRESCA)	6.227	112	80
PIÑA (FRUTA FRESCA)	6.634	7	4
PLÁTANO (FRUTA FRESCA)	1.241.228	17.402	6.564
TOMATE DE ÁRBOL (FRUTA FRESCA)	17.553	211	5
TORONJA (FRUTA FRESCA)	4.410	139	49
ZAPOTE (FRUTA FRESCA)	4.399	244	11
OTROS PERMANENTES	43.910	1.577	264

Fuente: INEC 2014

En la Provincia de Esmeraldas se ubican varias hectáreas de plantaciones de esta fruta por lo cual están surgiendo empresas agroindustriales con el fin de comercializar la fruta a gran escala, Según datos del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (Iniap), en el Ecuador se producen cerca de 3 000 toneladas de guanábana fresca anualmente. (Revista Lideres, 2016)

Imagen 14

Producción de Guanábana Provincia Esmeraldas



Fuente: (Revista Lideres, 2016)

En poblaciones como Timbre y Lagarto se produce fruta de exportación debido a su gran tamaño de 30 cm. cuyo peso promedio de 12.5 libras existen plantas que producen hasta 50 guanábanas es por esta razón que la población Esmeraldeña está buscando ampliar su mercado local y de exportación. (Revista Lideres, 2016)

Los más de 50 productores de Esmeraldas están buscando que se amplíe el mercado para la venta de la fruta, que actualmente se paga el kilo a USD 1,20. Jorge Zúñiga es uno de los más grandes productores en Timbre, y también elabora jugos de la fruta. En su plantación se producen guanábanas de hasta 32 libras. Uno de los problemas de los productores son los bajos precios del mercado. El año pasado dice que perdió en una cosecha 40 000 kilos, porque se estaba pagando hasta USD 0,80 el kilo. Él es uno de los microempresarios que montó un negocio de venta de jugos de guanábanas en pequeños coches.

La inversión fue de USD 15 000 y la proyección es vender 40 vasos diarios de USD 1, por cada unidad. En su caso, la próxima cosecha ya está vendida a una empresa que empezará a exportar la pulpa de guanábana y ha empezado a asegurar la producción. El empresario señala que con su cultivo, bien manejado, anualmente tiene una proyección de ingresos de USD 60 000, por lo que considera que si se mejoran las condiciones del mercado, el negocio puede ser lucrativo. (Revista Lideres, 2016)

Con una optimización de la oferta se podrá trabajar para obtener derivados como pulpa congelada y yogur. En el caso de Esmeraldas, un grupo de mujeres microempresarias elaboran bolos y jugos de guanábana a USD 0, 50. Tony Calverto, ingeniero agrónomo, señala que las plantaciones de entre 8 y 12 años que estén recibiendo fertilización, riego y cuidado sanitario, puede producir entre 30 y 40 toneladas anuales. A través del Frente profesional Esmeraldas en Acción se incentiva el cultivo de la guanábana en la provincia. (Revista Lideres, 2016)

La producción que se genera en poblaciones como Bilsa (cantón Muisne) está entre las mejores por su tamaño y el cuidado durante el cultivo. La guanábana, cuyo nombre científico es *Annona muricata*, tiene propiedades curativas con un alto porcentaje de vitaminas A, B y C, además es fuente de fibra y sales minerales de fósforo y potasio. El médico, Roosevelt Solís, explica que esta fruta por contener Acetogenina puede inhibir el crecimiento de las células cancerosas y tumorales. (Revista Lideres, 2016)

Las plantaciones se desarrollan en una altitud entre los 0 y los 1 000 metros sobre el nivel del mar, y la temperatura promedio es de 20°C a 30°C (grados centígrados). Los pequeños productores cuentan con plantas certificadas y reciben de organizaciones manuales de siembra y de soporte técnico. (Revista Lideres, 2016)

De acuerdo con cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), en el 2007 se exportaron 0,12 toneladas de la fruta; en el 2015, la cifra subió a 5,31 toneladas. En el 2009 la cifra bajó. A partir de ese año la iniciativa de los productores de Esmeraldas es que se garantice el mercado para producir más con fines de exportación. En Ecuador esta fruta se cosecha principalmente en las provincias de Guayas y Santa Elena, en donde se calcula que ahora existen unas 120 hectáreas (ha) sembradas. Los sembradíos se registran también en

provincias de la Costa como Manabí, Esmeraldas y El Oro. En la Amazonía cuenta Pastaza. Según datos del Iniap, en el país existen cerca 250 ha de guanábana sembradas, entre cultivos tecnificados y aislados. (Revista Lideres, 2016)

2.4.1 PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE HOJA DE GUANÁBANA:

Según datos del SIICEX entre los principales 10 compradores de la Hoja de Guanábana se encuentra Estados Unidos ubicándose en el primer lugar con un valor aproximado de \$272.48 millones debido a que la Hoja de Guanábana tiene una gran aceptación en este mercado por parte de la población. En segundo lugar se ubica Japón con un valor de \$198.51 millones, Alemania \$224.55, seguido de Singapur con un total de importaciones de \$113.57 millones y otros países como Hong Kong, China, Francia y Corea del Sur con porcentajes de compra bastante significativos.

Debido al porcentaje significativo de las importaciones Estados Unidos fue elegido como nuestro mercado meta.

A continuación detalles de compra en la Tabla #4.

TABLA # 4			
Título: PRINCIPALES 10 PAÍSES IMPORTADORES DE HOJA DE GUANABANA			
Año: 2012 – 2015			
País	%Var 12-11	%Part 12	Total Imp. 2012 (millón US\$)
Estados Unidos	16%	16%	272.48
Japón	6%	10%	198.51
Alemania	-8%	10%	224.55
Singapur	-5%	5%	113.57
Hong Kong	-5%	5%	100.03
China	44%	4%	62.91
Francia	7%	4%	81.80
Corea del Sur	2%	4%	78.09
Malasia	10%	4%	66.92
Canadá	2%	4%	71.38
Otros Países	-9%	34%	743.47

Fuente: SIICEX Perú (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2015)

2.4.2 PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE HOJA DE GUANÁBANA:

Conforme a los datos recopilados del SIICEX (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2015), China se encuentra encabezando la lista de los principales exportadores de la Hoja de Guanábana con una participación de venta de \$652.81 millones, en segundo lugar está India con una venta aproximada de \$165.03 millones, otros países como Alemania, Egipto, Estados Unidos, Hong Kong, Polonia, Singapur, Francia, México y otros países con un menor porcentaje de venta entre los cuales se encuentra Perú, quien desde el año 2012 comenzó con la exportación de esta planta medicinal.

A continuación en tabla #5 se detalla los principales exportadores.

TABLA # 5			
Título: PRINCIPALES 10 PAÍSES EXPORTADORES			
Años: 2012-2015			
País	%Var 12-11	%Part 12	Total Imp. 2012 (millón US\$)
China	11%	36%	652.81
India	19%	10%	165.03
Alemania	-5%	7%	143.26
Egipto	-33%	4%	123.55
Estados Unidos	-13%	4%	87.79
Hong Kong	7%	3%	59.83
Polonia	5%	3%	59.37
Singapur	-11%	3%	61.74
Francia	2%	3%	51.69
México	19%	3%	42.85
Otros Países	-8%	25%	546.16

Fuente: SIICEX Perú. (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2015)

2.4.3 PORCENTAJE DE EXPORTACION DE LA GUANÁBANA EN ECUADOR.

Según fuente del Banco Central del Ecuador en el año 2015 las frutas que se ubican en la partida 081090 han tenido un porcentaje de ventas bastante considerable lo cual ha afectado de manera positiva a nuestra balanza comercial. A continuación detalle en Tabla:

TABLA # 6

CONSULTA DE TOTALES DE EXPORTACION				
Periodo: 2015				
Tipo: (Toneladas y miles de dólares)				
SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0810904000	PITAHAYAS (CEREUS SPP.)	344.04	3,249.18	59.81
0810901000	GRANADILLA, «MARACUYÁ» (PARCHITA) Y DEMÁS FRUTAS DE LA PASIÓN (PASSIFLORA SPP.)	722.74	1,178.08	21.69
0810903000	TOMATE DE ÁRBOL (LIMA TOMATE, TAMARILLO) (CYPHOMANDRA BETACEA)	150.22	379.65	6.99
0810902000	CHIRIMOYA, GUANÁBANA Y DEMÁS ANONAS (ANNONA SPP.)	49.21	242.40	4.47
0810905000	UCHUVAS (UVILLAS) (PHYSALIS PERUVIANA)	35.98	213.05	3.93
0810909090	Los demás	41.58	102.01	1.88
0810909020	Lulo (naranjilla) (Solanum quitoense)	27.39	68.89	1.27
0810900000	LOS DEMÁS:	0.01	0.01	0.01
TOTAL GENERAL:		1,371.14	5,433.25	100.00

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

2.4.4 COMPAÑÍAS ECUATORIANAS EXPORTADORAS DE GUANABANA Y SUS DERIVADOS.

Entre las empresas que actualmente comercializan la pulpa de la fruta o sus derivados podemos mencionar las siguientes:

- **Procesadora de Frutas Naturales Profrutas Cia. Ltda.**
- **Exofrut S.A.**
- **Austrofoods/Wanabana**

Procesadora de Frutas Naturales Profrutas Cia. Ltda.:

Esta empresa exporta se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil su nombre comercial es Natutropic.

Los productos que exporta esta compañía son los siguientes:

- Concentrados de Frutas
- Fruta congelada
- Pulpa congelada
- Jarabe de frutas
- Mermelada

Exofrut S.A.

La empresa Exofrut tiene su domicilio en la ciudad de Guayaquil en el Km 19.5 Vía a la costa.

Historia

EXOFRUT fue fundada en 1961 dedicada a la actividad agrícola. En 1992 inició su actividad agroindustrial con la instalación de una fábrica con tecnología de punta, con los más altos estándares y normas internacionales para el procesamiento de jugos y concentrados de maracuyá y otras frutas tropicales, tanto congeladas como asépticas.

Misión

Somos una agroindustria ecuatoriana dedicada a la producción y exportación de jugos y concentrados de frutas tropicales 100% puros y naturales que cumplen con los más altos estándares de calidad internacional.

Visión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través del desarrollo de productos de alta calidad, estableciendo una relación de largo plazo basada en el cumplimiento de nuestros compromisos comerciales.

Objetivos

- Cumplir con los más altos estándares de calidad en la fabricación de nuestros productos.
- Ofrecer productos 100% puros y naturales
- Satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes
- Incrementar nuestros productos y servicios a través del desarrollo de nuevos jugos y concentrados de frutas tropicales.

Productos de Exportación:

Mango y otras frutas

Pulpa de frutas

Jugos y concentrados (Exofrut, 2016)

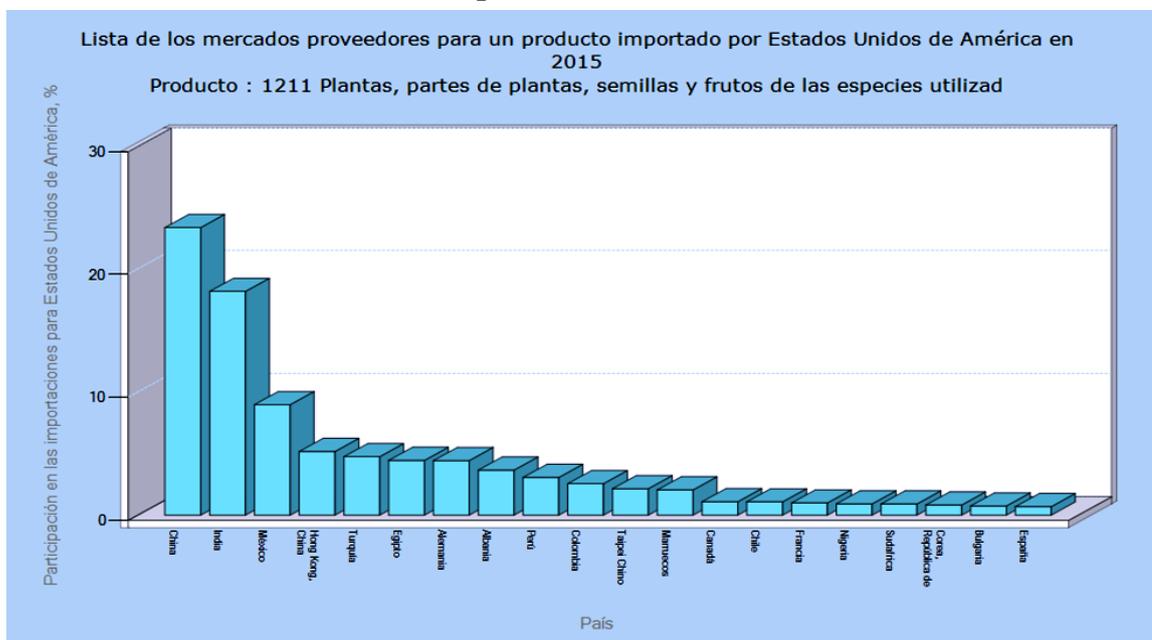
2.5 IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE LA SUBPARTIDA 1211909090.

Tal como se puede visualizar en las estadísticas publicadas en TradeMap, Estados Unidos realiza importaciones de varios países bajo esta Subpartida (Plantas, Semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incl.. cortados...) entre sus principales proveedores se destacan: China, India y México con un gran porcentaje de participación mensual, también podemos visualizar que dentro de este grupo en el noveno lugar se encuentra Perú con un porcentaje considerable de participación mensual.

Debido a que Estados Unidos es un país en el que se evidencia un alto consumo de las plantas medicinales para diversos propósitos es la razón por la cual este mercado ha sido seleccionado como mercado meta para la Exportación de la Hoja de Guanábana desde Ecuador.

Figura # 1

Detalle de Volumen de Importaciones Mensuales de Estados Unidos de la Subpartida 1211909090



(TradeMap, 2016)

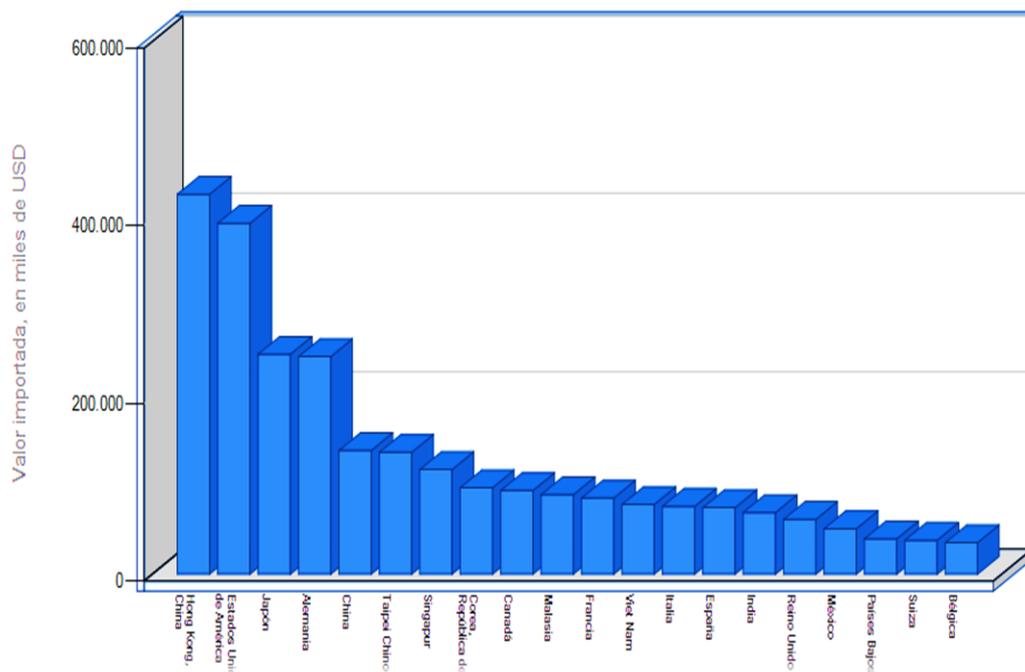
2.5.1 ESTADISTICAS MUNDIALES DE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES DE LA SUBPARTIDA 1211909090.

Entre los principales compradores de los productos detallados en la Partida 1211 donde se ubica la Hoja de Guanábana se encuentran Hong Kong y Estados Unidos respectivamente con una participación en millones de dólares que supera los \$400.000 en el caso de China y alrededor de \$400.000 para Estados Unidos, Alemania y Japón con cifras de importación muy similares alrededor de los \$250.000 además de otros países como China, Taipei, Singapur, Corea entre otros.

En esta figura se visualiza una vez más porque Estados Unidos es un mercado potencial para la Exportación de la Hoja de Guanábana.

Figura # 2
Detalle de Volumen de Importaciones
de la Subpartida 1211909090

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2015
Producto : 1211 Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizad



Fuente: (TradeMap, 2016)

2.5.2 ESTADISTICAS MUNDIALES DE LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DE LA SUBPARTIDA 1211909090.

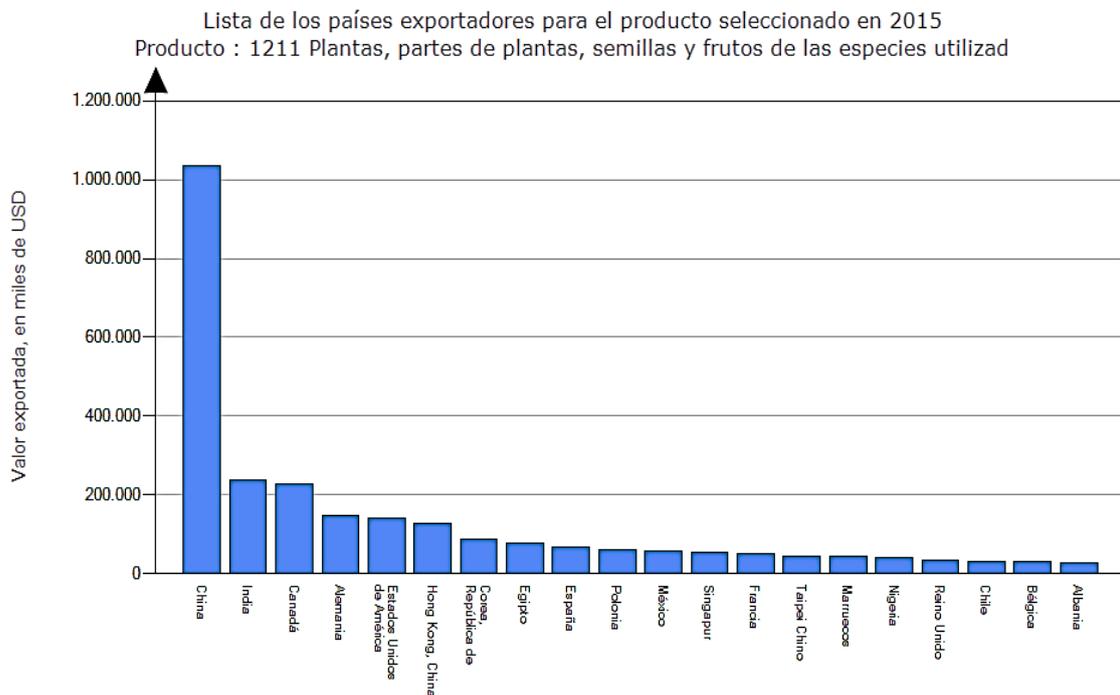
En la figura que se detalla a continuación se puede evidenciar que China figura como el principal exportador de los productos que se detallan en la partida 1211909090 con un índice de \$1.000,000 del total de sus exportaciones con un gran margen de diferencia se encuentran India y Canadá con un valor aproximado de \$200.000 del total de sus exportaciones, los países de Alemania, Estados Unidos, Hong Kong con cifras promedio en sus exportaciones de \$180.000 y \$175.000 respectivamente.

Además podemos encontrar a otros países con índices de venta un poco menores pero que también son importantes para mejorar la economía de sus países como es el caso de:

- Egipto
- España
- Polonia
- México
- Singapur
- Francia
- Taipei Chino
- Marruecos
- Nigeria
- Reino Unido
- Chile
- Bélgica

Figura # 3

Detalle del Volumen Mundial de Exportaciones de la Subpartida 1211909090



Fuente: (TradeMap, 2016)

2.5.3 ESTADISTICAS DE EXPORTACIONES DE PERÚ DE LA SUBPARTIDA 1211909090 EN PORCENTAJE DE PARTICIPACION Y EN MILLONES DE DOLARES.

Debido a que Perú es uno de los países más cercanos a Ecuador y quien ya se encuentra exportando la Hoja de Guanábana hacia Estados Unidos consideremos revisar sus cifras de Exportación tal como podemos visualizar en TradeMap durante el año 2015.

En las figuras #4 y #5 respectivamente se puede visualizar los valores en millones de dólares y porcentajes de participacion de las ventas que realiza Perú a Estados Unidos.

En la **figura #4** vemos que Perú representa un monto en ventas de su total de exportaciones de esta partida de \$3.829.000 millones hacia Estados Unidos.

En la **figura #5** se detalla que el país vecino de su total de exportaciones de esta partida un 23% se vende a Estados Unidos y un 22% a Brasil los cuales representan sus principales mercados.

Figura # 4
Porcentaje de Participación de las
Exportaciones de Perú de la Subpartida 1211909090



Fuente: (TradeMap, 2016)

Figura # 5
Participación de Valores en millones de las
Exportaciones de Perú de la Subpartida 1211909090



Fuente: (TradeMap, 2016)

2.6 ESTADÍSTICAS DE EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DE ECUADOR

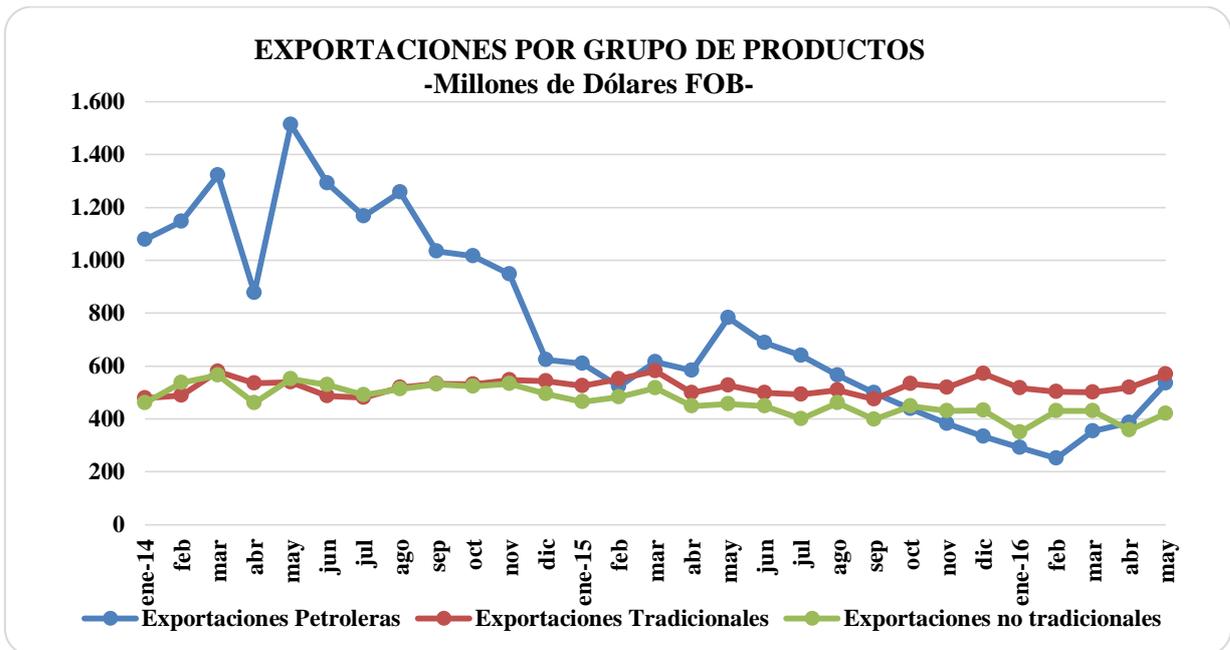
Las cifras que presenta el Banco Central indican que las exportaciones de productos no tradicionales se han mantenido sin mayor variación en el porcentaje de ventas con respecto a las exportaciones de los productos tradicionales.

Los productos no tradicionales han llegado tener ventas en valor Fob de \$400.000 millones en el mes de mayo de 2016.

Tal como lo podemos observar en la figura que se detalla a continuación:

Figura # 6

Exportaciones Ecuatorianas por Grupo de Productos



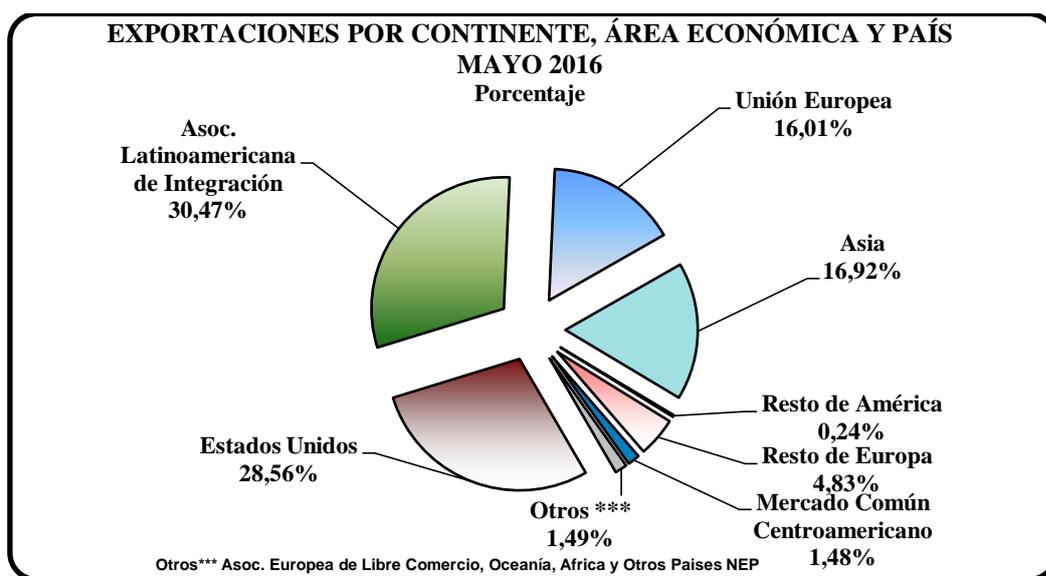
Fuente: Banco Central Ecuador (Estadísticas BCE, 2016)

2.7 ESTADÍSTICAS DE EXPORTACIONES ECUATORIANAS POR CONTINENTE, ÁREA ECONÓMICA Y PAÍS.

Tal como lo representa la figura #7 que se detalla a continuación. En primer lugar de ventas se puede evidenciar que se encuentran los países que conforman la ALADI (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela, Panamá) con un porcentaje de ventas de 30.47%, el porcentaje de participación en ventas a Estados Unidos es bastante representativo siendo el 28.56% del total de ventas con porcentajes igual de representativos hacia la Unión Europea 16.01% y Asia 16.92% respectivamente.

Figura # 7

Porcentaje de Exportaciones Ecuatorianas por Continente



Fuente: Banco Central del Ecuador (Estadísticas BCE, 2016)

2.8 SITUACIÓN ECONÓMICA DE ESTADOS UNIDOS

2.8.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE

Estados Unidos tiene la principal economía del mundo. Sin embargo, como consecuencia de la crisis financiera de 2009, el país cayó en la recesión más impactante desde los años 1930. Gracias a un plan de estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, la economía se ha recuperado. En 2015, el crecimiento económico alcanzó 2,6%, impulsado por el consumo doméstico, bajas tasas de interés y una dinámica generación de empleo. Se espera que el país mantenga el mismo nivel de crecimiento en 2016, impulsado principalmente por el consumo, así como por la inversión en modernización corporativa.

En 2015 Estados Unidos experimentó un crecimiento fuerte y estable a pesar del invierno severo y de las huelgas a gran escala por parte de los estibadores. La Reserva Federal concluyó su política monetaria expansionista de 7 años aumentando las tasas de interés (por 0,25%). La deuda pública es alta, de alrededor del 105% del PIB, y se espera que continúe creciendo.

La fortaleza del dólar y el débil crecimiento de las economías europeas y japonesa han tenido un impacto negativo en las exportaciones, generando un creciente déficit

comercial. Las elecciones presidenciales que se llevarán a cabo en noviembre de 2016 están llamando mucho la atención.

El actual presidente, Barack Obama, quien está concluyendo su segundo mandato, no podrá participar de nuevo como candidato en estas elecciones. A nivel internacional, Estados Unidos se ha comprometido con la búsqueda de soluciones para los conflictos en Ucrania y el Medio Oriente, así como para la ralentización económica de sus principales socios comerciales.

La crisis financiera internacional provocó un aumento considerable del desempleo en los Estados Unidos, que ha disminuido a 5,3% en 2015. Sin embargo, esto no permite ver una baja de la tasa de participación en el mercado laboral, que fue del 62% a finales del 2015.

Si se toman en cuenta a los trabajadores desanimados que dejaron el mercado laboral y los que se ven obligados a aceptar puestos en jornada parcial, la tasa de desempleo real sube a 10% (contra 8-10% antes de la crisis).

Además, el crecimiento de los salarios ha sido bajo e insuficiente en los últimos años. Los niveles de desigualdad económica y social han aumentado desde los años 1980, alcanzando actualmente su punto más elevado desde hace un siglo. En 2014, el número de ciudadanos americanos que disponían de un bien inmobiliario alcanzó su nivel más bajo desde 1995.

TABLA # 7					
INDICADORES DE CRECIMIENTO DE ESTADOS UNIDOS					
Indicadores de Crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
PIB (Miles de millones USD)	16.155,25	16.663,15	17.348,08	17.968,20e	18.697,92
PIB (crecimiento anual en % precio constante)	2,2	1,5	2,4	2,6e	2,8
PIB per cápita (USD)	51.384	52.608	54.370	55.904e	57.766
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-6,2	-4,1	-3,6	-3,1e	-3,0
Endeudamiento del Estado (en %del PIB)	102,5	104,80	104,80	104,9 e	106,0
Tasa de Inflación (%)	2,1	1,5	1,6	0,1e	1,1
Tasa de paro (% de la población activa)	8,1	7,4	6,2	5,3	4,9
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-449.67	-376.76	-389.53	-460.62e	-551.50
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,8	-2,3	-2,2	-2,6e	-3,0

Fuente: Santander Trade Portal (Santader Trade Portal, 2016)

2.8.2 PRINCIPALES SECTORES ECONOMICOS DE ESTADOS UNIDOS

El sector agrícola se caracteriza por una alta productividad y por el uso de tecnologías modernas. Además es uno de los principales productores de maíz, soja, carne de res y algodón. El estado de California genera más del 12% de la producción agrícola total del país. Sin embargo, la agricultura representa únicamente 1,4% del PIB americano y emplea a 1,6% de la población activa.

Estados Unidos es un país muy industrializado. El sector industrial representa 21% del PIB e incluye una gran variedad de actividades. Las más importantes son la fabricación de maquinaria eléctrica y electrónica, de productos químicos y maquinaria industrial, así como el sector agroalimentario y automotriz. También es líder mundial en el sector aeroespacial y en la industria farmacéutica.

La abundancia de recursos naturales ha convertido al país en líder en la producción de varios minerales y le permite mantener una producción diversificada. Así, es también el mayor productor mundial de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear, y

el tercer productor mundial de petróleo, y desde hace varios años desarrolla la extracción a gran escala de gas de esquisto.

La economía americana se basa fundamentalmente en los servicios. El sector terciario representa más de tres cuartos del PIB y emplea a 81% de la mano de obra.

(Santader Trade Portal, 2016)

2.8.3 ESTADISTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR EN ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos ha reducido las barreras comerciales y coordina, junto con otros, el sistema económico mundial. Es un país convencido de que el comercio promueve el crecimiento económico, la estabilidad social y la democracia en naciones individuales, y que promueve además buenas relaciones internacionales. Sin embargo, el comercio representa una cantidad inferior al 30% de su PIB, es el primer importador y el segundo exportador mundial de mercancías, y el primer importador y exportador mundial de servicios comerciales.

La balanza comercial de Estados Unidos es estructuralmente deficitaria. Con la reactivación económica mundial, el déficit ha empeorado aún más. En 2015, el déficit alcanzó los 531,3 mil millones USD, un aumento de 4,6% comparado con el 2014. En efecto, las exportaciones disminuyeron más rápido (-4,8% comparado con 2014) que las importaciones (-3,1%). Estados Unidos ha sufrido por la alza del dólar, que ha afectado la competitividad de sus exportaciones. Las exportaciones industriales y los productos petroleros son las exportaciones que más han caído.

Los principales socios comerciales de los Estados Unidos son los países del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, que incluye a Estados Unidos, México y Canadá), China (que tiene un importante excedente comercial con Estados Unidos) y la Unión Europea. Desde 2013, Estados Unidos negocia con esta última para firmar un acuerdo de libre comercio. (Santader Trade Portal, 2016)

TABLA # 8					
INDICADORES DE COMERCIO EXTERIOR					
AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
Importación de bienes (millones de USD)	2.266.024	2.336.524	2.329.060	2.412.547	n/a
Exportación de bienes (millones de USD)	1.482.508	1.545.703	1.579.593	1.620.532	n/a
Importación de servicios (millones de USD)	404.468	422.499	436.791	451.683	n/a
Exportación de servicios (millones de USD)	603.433	630.583	662.888	687.605	n/a
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	5,5	2,2	1,1	3,8	4,9
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	6,9	3,4	2,8	3,4	1,1
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	17,3	17,1	16,6	16,6	15,5
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	13,6	13,6	13,6	13,5	12,6
Balanza comercial (millones de USD)	-648.678	-740.644	-741.172	-702.587	-741.462
Comercio exterior (en % del PIB)	30,9	30,7	30,2	30,1	28,1

Fuente: (Santader Trade Portal, 2016)

2.8.4 PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos posee entre sus principales proveedores a China liderando la lista con un porcentaje en venta de 21.8%, Canadá en segundo lugar con un porcentaje de venta de 13% seguido por México con el 12.9% y otros países como Japón, Alemania, Corea del Sur, Reino Unido, Francia, India, Italia. Como se detalla en la tabla # 9.

TABLA # 9	
PRINCIPALES SOCIOS DE LAS IMPORTACIONES	
China	21,80%
Canadá	13,00%
México	12,90%
Japón	5,80%
Alemania	5,50%

Corea del Sur	3,20%
Reino Unido	2,50%
Francia	2,10%
India	2,00%
Italia	2,00%

Fuente: (Santader Trade Portal, 2016)

Entre los países con los que Estados Unidos comercializa sus productos también se encuentran Canadá con 18.6% y México 15.7% también se encuentran China, Japón, Reino Unido, Alemania, Corea del Sur, Países Bajos, entre otros. Ver Tabla #10.

TABLA # 10	
PRINCIPALES SOCIOS DE LAS EXPORTACIONES	
<i>(% de las exportaciones)</i>	2015
Canadá	18,6%
México	15,7%
China	7,7%
Japón	4,2%
Reino Unido	3,7%
Alemania	3,3%
Corea del Sur	2,9%
Países Bajos	2,7%
Hong Kong	2,5%
Bélgica	2,3%

Fuente: (Santader Trade Portal, 2016)

2.8.5 PERFIL DEL CONSUMIDOR ESTADOUNIDENSE

➤ **Sectores económicos prósperos:**

Existen 3 sectores que muestran un alto grado de crecimiento, podemos mencionar: informática/matemática, comunidad/servicios sociales, y empleos de prácticas en salud. Se prevé que crezcan más del 20% en las próximas décadas. (Santader Trade Portal, 2016)

➤ **Comportamiento del consumidor:**

La crisis mundial aumentó la sensibilidad a los precios de los consumidores estadounidenses, llevando a muchos de ellos a cambiar sus marcas habituales por unas menos caras. Entre los consumidores jóvenes, el nuevo mantra es 'acceso no posesión'. Los consumidores estadounidenses son cada vez más conscientes del medio ambiente al momento de tomar las decisiones de compra. (Santader Trade Portal, 2016)

➤ **Perfil del consumidor y su poder adquisitivo:**

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros. (Santader Trade Portal, 2016)

➤ **Recurso al crédito por parte del consumidor:**

La utilización de créditos de consumo es muy alta.
(Santader Trade Portal, 2016)

2.8.6 GASTOS DE CONSUMO POR CATEGORIAS DE LOS HOGARES ESTADOUNIDENSES.

La tendencia de los gastos del mercado estadounidense en primer lugar se ubica la Salud, seguido por Vivienda, Transporte, Ocio y cultura, Alimentos y bebidas no alcohólicas entre otros, por lo que se puede apreciar en la Tabla #11 este país se preocupa de su estado de salud por lo cual es un buen mercado para el producto que se ofertará como es la Hoja de Guanábana una excelente opción natural para tratar enfermedades tan comunes como la diabetes y el cáncer. (Santader Trade Portal, 2016).

TABLA #11**TITULO: GASTOS DE CONSUMO POR HOGAR EN ESTADOS UNIDOS**

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Salud	20,6%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	18,7%
Transporte	10,3%
Ocio y cultura	9,3%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,7%
Hoteles, cafés y restaurantes	6,4%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,1%
Ropa y calzado	3,5%
Educación	2,4%
Comunicación	2,4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2,0%

(Santader Trade Portal, 2016)

2.8.7 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS A ESTADOS UNIDOS

Ecuador exporta gran cantidad de productos al mercado Estadounidense generando ingresos a nuestra balanza comercial entre los principales productos que se comercializan podemos destacar que se encuentran el Banano con una participación en ventas de (183,901.87), Camarón (53,392.13), Atún (33,813.12), Tilapia (8,525.57), Rosas (137,643.24), Piñas (1,018.04), Sombreros (1,084.67).

Tal como se lo puede ver en la Tabla #12 que se detalla a continuación totales de exportación de productos a Estados Unidos. (Banco Central del Ecuador, 2016)

TABLA # 12				
TOTALES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS A ESTADOS UNIDOS				
CODIGO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PAIS	PESO NETO	MILES USD FOB
0302310000	Albacora o Atunes Blancos (Thunnus alalunga)	ESTADOS UNIDOS	194.77	2,436.89
0306160000	Camarones y Langostinos y Demás decápodos Natantia de agua fría (Pandalus spp Crangon crangon)	ESTADOS UNIDOS	7,467.92	53,392.13
0306110000	Rosas	ESTADOS UNIDOS	22,270.17	137,643.24
0803101000	Bananos Frescos	ESTADOS UNIDOS	57,426.16	24,818.48
0803901100	Tipo <Cavendish valery>	ESTADOS UNIDOS	384,994.94	183,901.87
6504000000	Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluso guarnecidos.	ESTADOS UNIDOS	6.79	1,084.67
4407220000	Virola, Imbuía y Balsa	ESTADOS UNIDOS	2,565.40	10,209.41
2709000000	Aceites crudos de petróleo o de material bituminoso	ESTADOS UNIDOS	4,676,006.56	937,168.34
0804300000	Piñas (ananás)	ESTADOS UNIDOS	1,972.55	1,018.04
0304310000	Tilapias (oreochromis spp)	ESTADOS UNIDOS	1,192.98	8,525.57
1604141000	Atunes	ESTADOS UNIDOS	6,386.11	33,813.12
1604131000	En Salsa de Tomate	ESTADOS UNIDOS	1,285.98	2,247.84

Fuente: Banco Central Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2016)

2.9 MARCO LEGAL ECUATORIANO

2.9.1 CÓDIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES COPCI

En el Título IV del COPCI se establece el Fomento y la promoción de las Exportaciones tal como lo indican los Art. 93, 94 y 95.

Art. 93.- Fomento a la exportación.-

El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean

estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes. (COPCI, 2010)

Art. 94.- Seguro.-

El organismo financiero del sector público que determine la Función Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera. (COPCI, 2010)

Art. 95.- Promoción no financiera de exportaciones.-

Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento. (COPCI, 2010)

2.10 MARCO CONCEPTUAL

Estudio de Factibilidad:

Es un análisis que muestra a través de resultados financieros el comportamiento de una inversión.

Estudio de Mercado:

Nos permite recopilar información necesaria sobre las oportunidades de negocio en un mercado Meta. (Agestic, 2015)

Factores Socio-Culturales:

Es un fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de una comunidad. (LLamazares, 2011)

Factores Demográficos:

Análisis de diversos factores de una comunidad a través de la estadística. (LLamazares, 2011)

Factores Económicos:

Son bienes o servicios disponibles para las personas o empresas para producir productos. (LLamazares, 2011)

Factores Políticos:

Se refieren a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad. (LLamazares, 2011)

Factores Tecnológicos:

Hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico a través de la tecnología.

(Llamazares, 2011)

Exportación:

Consiste en el envío de un producto a un país extranjero cumpliendo con las disposiciones que exige el país de ingreso. (Gerencie.com , 2014)

Carga Contenerizada:

Es toda mercancía que se moviliza dentro de una unidad de carga. (Aduana del Ecuador, 2013)

Carga granel:

Se conoce como carga al granel a las mercancías que no cuentan con un proceso de empaquetado o embalaje. (Aduana del Ecuador, 2013)

Carga suelta:

Se conoce como carga suelta a las mercancías que debido a su tamaño pueden ser transportadas con un embalaje apropiado sin necesidad de una unidad de carga. (Aduana del Ecuador, 2013)

Agente de carga internacional.-

Persona jurídica autorizada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador que puede realizar y recibir embarques consolidar y desconsolidar mercancías, actuar como operador de transporte multimodal, sujetándose a reglamentos y acuerdos específicos, emitir documentos propios de su actividad, tales como conocimientos de embarque, guías, cartas de porte, manifiestos y demás. (COPCI Reglamento, 2011)

Divisas:

Es la moneda extranjera o la moneda que se la utiliza en otro país. (Gerencie.com , 2014)

Mercado:

Es el conjunto de personas o empresas que intervienen en la compra o venta de bienes o servicios, o el entorno que influye a que se realice un intercambio de productos. (Macueconomia, 2011)

2.10.1 ¿CÓMO SE OBTIENE EL REGISTRO DE EXPORTADOR?

El proceso para exportar en Ecuador se ha simplificado para que personas naturales o constituidas de manera jurídica puedan tener acceso a convertirse en un potencial exportador.

En la página de Aduana del Ecuador se pueden visualizar los requisitos que se necesitan para obtener el registro de Exportador. (Aduana del Ecuador, 2016)

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

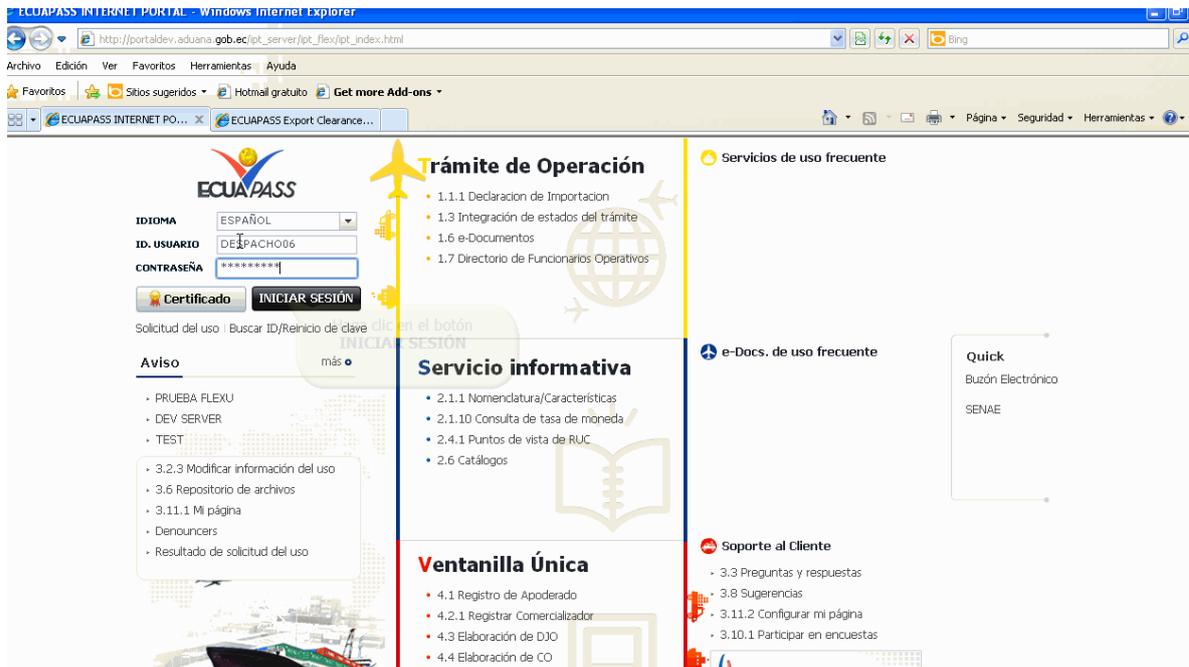
Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007. (Aduana del Ecuador, 2016).

2.10.2 PROCESO DE EXPORTACIÓN

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Imagen 15.

Ingreso al Sistema Ecuapass



Fuente: (Aduana del Ecuador, 2016)

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Imagen 16
Datos consignados en la DAE

* B04.Código de tipo de identificación del exportador	[001] RUC	1390143024001	* B01.Nombre del exportador	PES NUNEZ SANTANA PESNUSAN CIA. LTDA.
B02.Dirección del exportador	KM. 7 1/2 MANTA MONTECRISTI		B03.Telefono del exportador	920838
* B06.Ciudad de residencia del exportador	[450] MANTA		* B07.CIIU	[0500] PESCA,EXPLOTACION DE CRIADERO
INFORMACION DE AGENTE				
B08.Código de tipo de identificación del declarante	--Selección--		B10.Nombre del declarante	
B11.Dirección del declarante				
COMUN ITEM DOCUMENTOS				
B19.Nombre del consignatario	OB SERVICE		B20.Dirección del consignatario	77 LOMBARDY BROKLYM
* B25.Código de país de destino final	[AR] ARGENTINA		* B21.Ciudad del consignatario	[AIM] Aimogasta
* B12.Valor FOB	\$ 0		* B13.Código de forma de pago de la transacción comercial	[01] GIRO DIRECTO
* B14.Código de unidad de moneda de transacción	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE		B18.Fecha de emisión de la carta de crédito	31/08/2012
* C01.Código de moneda	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE		* C02.Tipo de cambio	1.00
* C03.FOB total de moneda de transacción	\$ 0			
* B22.Tipo de carga	[CS] CARGA SUELTA		B24.Medio de transporte del lugar de partida	[004] AEREO
* B15.Código de puerto de embarque	[GYE] GUAYAQUIL		B16.Código de puerto privado desde donde embarca	--Selección--
* B17.Código de puerto de llegada o de destino	[AEP] BUENOS AIRES-NEWBERY		* B23.Almacén de lugar de partida	[05900037] BANAPLAST
TOTALES				
* C04.Cantidad total de ítem				0

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2016)

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Canal de Aforo Automático:

La autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

Canal de Aforo Documental:

Se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

Canal de Aforo Físico Intrusivo:

Se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.

(Aduana del Ecuador, 2016)

Durante el acto de aforo deberá estar presente un delegado de la empresa exportadora o su agente de aduana y debe estar previamente notificado a través del Ecuapass al terminal portuario por parte del Delegado de Aduana.

Imágenes del Proceso de Aforo Físico:

Imagen 17

Contenedor previo al Aforo



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

Imagen 18

Sacando la mercadería del contenedor



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

Imagen 19

Vista de la caja que contiene el producto



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

Imagen 20

Vista de las cajas sin el plástico film



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

Imagen 21
Sello de cierre del contenedor



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

Imagen 22
Sello colocado en la Unidad



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

Imagen 23

Contenedor cerrado con el sello colocado



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

3 CAPITULO III

3.1 MARCO METODOLÓGICO

El propósito de utilizar las diversas metodologías de investigación es obtener excelentes niveles de coherencia, además de una integridad adecuada al propósito de este proyecto, que reafirme los conocimientos obtenidos durante el ciclo estudiantil.

A continuación, se describirán el grupo de métodos, que en conjunto nos ayudarán a lograr el propósito general del estudio a realizar.

3.1.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El nivel para el desarrollo del presente estudio nos exige diferentes tipos o formas de abarcar la problemática y solución del tema principal, para el cual hemos adecuado los siguientes tipos para el desarrollo del mismo.

Los tipos de estudio han sido seleccionados de acuerdo a la información que se desea obtener, en nuestro proyecto la viabilidad del mismo.

3.1.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

El presente proyecto propone un estudio exploratorio, para demostrar mediante el estudio profundo con varias técnicas la identificación del problema y la formulación de sus soluciones.

La precisión del mismo nos ayuda a abrir varias líneas de soluciones, que nos permitan esclarecer las circunstancias de los hechos, se la denomina así porque tiene la necesidad de recolectar información.

Mediante este estudio se plantea recolectar información de alta gama sobre la exportación de la hoja de guanábana hacia el mercado de Estados Unidos, dentro de los cuales las encuestas, entrevistas, irán de la mano con ayuda estadística que demuestre la viabilidad del proyecto.

3.1.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Con este tipo de estudio se pretenderá hallar las razones o posibles causas enfocadas a medición con variables de estudio, parte de los cálculos es de naturaleza estadística, cuyo único fin es proporcionar información estable con un resumen analítico como soporte vital para la ejecución de este proyecto, enfocado su viabilidad de exportación al mercado de Texas.

Esta investigación medirá la información a través de encuestas y entrevistas con el fin de describir lo que el cliente final y los posibles exportadores requieren del producto.

Además hemos recolectado información de Instituciones Gubernamentales, Agentes de Aduana y Empresas Exportadoras vinculadas al proceso aduanero.

3.1.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.2.1 ENFOQUE CUANTITATIVO:

El enfoque cuantitativo emplea procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos en su esfuerzo por generar conocimiento. (Enfoque de la Investigación , 2016)

En este proyecto se utilizará el enfoque cuantitativo debido a que se necesita conocer datos estadísticos de la población que consume las plantas medicinales y la guanábana y sus derivados para poder conocer el nivel de aceptación del producto a ofertarse en este mercado.

3.1.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL ENFOQUE CUANTITATIVO:

1.- Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas.

1.1.- Una vez planteado el problema de estudio, revisa lo que se ha investigado anteriormente. A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura.

1.2.- Sobre la base de la revisión de la literatura construye un marco teórico (La teoría que hará de guiar su estudio).

1.3.- De esta teoría deriva la hipótesis o una Idea a Defender (Cuestiones que va a probar si son ciertas o no).

1.4.- Somete a prueba la hipótesis o las ideas a defender mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados. Si los resultados corroboran que las hipótesis o ideas a defender son congruentes con éstas, se aporta evidencia en su favor. Si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones, se genera confianza en la teoría que las sustenta. Si no es así, se descartan las hipótesis y, eventualmente, la teoría.

1.5.- Para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes, que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos.

2.- Las hipótesis o ideas a defender (por ahora, la denominamos como creencias), se generan antes de recolectar y analizar datos. (Por esto se explica que las hipótesis o ideas a defender se establecen previamente).

3.- La recolección de los datos se fundamenta en la medición (se miden variables o conceptos contenidos en las hipótesis), Se llevan a cabo, al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica, para que sean creíbles y aceptados por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos.

4.- La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible.

5.- Los análisis cuantitativos se fragmentan los datos en partes para responder al planteamiento del problema y se interpretan a la luz de las predicciones iniciales (las hipótesis).

6.- En el proceso se busca el máximo control para lograr que otras explicaciones posibles distintas (rivales) sean desechadas y se excluya la incertidumbre y minimice el error. Es por esto que se confía en la experimentación y los análisis de causa y efecto.

7.- Al final, con los estudios cuantitativos se pretende explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la construcción y demostración de teorías (que explican y predicen).

8.- Para este enfoque, si se sigue rigurosamente el proceso y, de acuerdo con ciertas reglas lógicas, los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimiento.

9.- Este enfoque utiliza la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador que el investigador busca someter a prueba.

10.- La búsqueda cuantitativa ocurre en la realidad externa del individuo. Esto nos conduce a una explicación sobre cómo se concibe la realidad con esta aproximación a la investigación. (Enfoque de la Investigación , 2016)

3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las técnicas que se aplicaron para la recopilación de datos fueron las siguientes:

- **La Entrevista:**

Se la utiliza para recabar información en forma verbal a través de preguntas, quienes respondan, pueden ser gerentes o empleados, son las personas que usan los sistemas actuales los mismos que nos pueden proporcionar información potencial para el Proyecto de Exportación que estamos proponiendo.

- **Encuesta:**

Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigida a una parte representativa de la población, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Son estructuradas en forma de cuestionarios sencillos de llenar.

Para lograr nuestros objetivos en la investigación, debemos utilizar técnicas para la recopilación de información, que nos ayude en la toma de decisión y a la elaboración de la propuesta final, para la recopilación de datos; las encuestas y las entrevistas, son una manera de abarcar datos que nos da una gran parte de la opinión pública, y posibles consumidores, además las entrevistas nos brindarán una nueva manera de visualizar los hechos, con experiencias adquiridas por personas cercanas a la actividad que deseamos realizar.

3.2.1 LA ENTREVISTA

La entrevista nos permitirá conocer la opinión de 1 exportador habitual de la Guanábana con respecto a la potencial exportación de la hoja de la Guanábana.

El exportador seleccionado para este estudio exporta al mercado de Estados Unidos según información adquirida por fuente del Banco Central.

- **Austrofoods**

3.2.1.1 MODELO DE LA ENTREVISTA



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANABANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.”

1. ¿Qué tipo de productos exporta su empresa?
2. ¿Cuáles son los mercados a los que su Empresa exporta?
3. ¿Cuál es el mejor término de venta para negociar en el mercado Estadounidense?
4. ¿Cuál es el proceso que siguen los productos que Uds. exportan?
5. ¿Cuándo iniciaron la exportación de los derivados de la Guanábana?
6. ¿Conoce Ud. cuál es la temporada alta de la producción de Guanábana?
7. ¿Conoce Ud. qué tipo de beneficios para la salud provee la Guanábana?
8. ¿Conoce Ud. los beneficios a la salud que puede otorgar la hoja de Guanábana?
9. ¿Considera Ud. que la Hoja de Guanábana puede llegar a ser un potencial producto de exportación?
10. ¿Estaría su empresa dispuesta a convertirse en un exportador de Hoja de Guanábana?

3.2.2 LA ENCUESTA

La encuesta que es un procedimiento que nos permite trabajar en nuestra investigación, en la adquisición de información de alta relevancia, que nos permite saber acciones y sucesos en nuestro entorno, la aceptación o rechazo de cierto grupo poblacional hacia algo, su opinión como consumidores, será una herramienta muy valiosa en el procesamiento de datos.

Nuestro modelo de encuestas está orientado hacia el mercado de Estados Unidos, en lo particular al estado de Texas, a ciudadanos con edades comprendidas entre 18 y 64 años, los cuales consideramos consumidores potenciales de la hoja de guanábana, mediante este procedimiento se obtendrá una visión más amplia del escenario final de nuestra propuesta de plan de exportación.

3.2.2.1 TIPO DE ENCUESTA

Por motivos de ser en una región fuera de nuestro país se ha optado por realizar las encuestas de manera virtual es decir mediante una plataforma electrónica, con preguntas cerradas para un manejo más eficiente y rápido de la información. (Forms, 2016)



3.2.2.2 MODELO DE LA ENCUESTA

PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

1. Sexo
Masculino Femenino
2. Edad:
3. ¿Con qué frecuencia consume derivados de plantas medicinales?
0-1 Vez por semana
2-3 Veces por semana
Más de 3 veces por semana
4. ¿Usted ha consumido alguna vez la Guanábana? /Si su respuesta es positiva continúe a la siguiente pregunta de lo contrario, siga a la pregunta No. 8.
Si
No
5. ¿Qué preferencia de consumo tiene hacia la Guanábana?
Natural
Derivados
Ambos
6. ¿En dónde compra la guanábana?
Supermercados
Mercados locales
Otros
7. ¿Por qué compra la guanábana o sus derivados?
Por su sabor
Por sus propiedades curativas
Por el precio
8. ¿Conoce de los beneficios del consumo de la hoja de la guanábana y sus derivados?
Si
No

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para el modelo investigativo que se planteó a seguir, la necesidad de saber qué conjunto de personas o a cuantos grupos se pretende llegar, es imperativo por lo cual es necesario tener conocimiento de cuantas empresas se quiere entrevistar o a cuantos cultivadores de el árbol de guanábana se puede tener en relación de comercio y más importante aún si nuestro mercado objetivo está dispuesto a comprar nuestro producto de exportación.

3.3.1 UNIVERSO MUESTRAL

La identificación de a qué conjunto va relacionado nuestro estudio es una gran interrogante la mayoría de las veces, por lo que hay que tener certeza al momento de escoger, entre mayor sean los elementos a analizar el costo de las mismas se incrementara por lo que en la siguiente tabla se establecerán el universo muestral con el que se cuenta para la ejecución de nuestro proyecto.

TABLA #13

MUESTRA DEL UNIVERSO

	Hombres	Mujeres	Total
Habitantes entre 18 y 64 años	8,042,323	8,112,367	16,154,690
Fuente: (Census United States, 2016) American Community Survey			

Elaborado por: Autora

3.3.2 MUESTRA DE LA POBLACIÓN

Para tener conocimiento del tamaño recomendado de la muestra para realizar las encuestas se usó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

En Donde:

N = tamaño de la población.

n = es el tamaño de la muestra.

σ = Desviación estándar de la población

Z = Valor constante obtenido mediante niveles de confianza.

e = Es el error muestral aceptable

A continuación, se calculará el tamaño de la muestra orientado de la cantidad de personas a encuestar en forma virtual del Estado de Texas, para el posible consumo de la hoja de guanábana.

Procedimiento:

Se trabajará con una población de **27,469.114** según estadísticas de American Fact Finder de la cual se ha tomado la muestra a los habitantes del Estado de Texas con edades comprendidas entre 18 y 64 años dando como resultado una muestra de **N=16.154,690**.

Con una desviación estándar de $\sigma = 0.50$, la más común usada para el cálculo de muestras para encuestas.

Para el valor de Z, se decidió trabajar con un nivel de confianza del 90%, por lo que **Z=1.65** de acuerdo a la siguiente tabla resumen acorde a una tabla.

Cuadro 14 Nivel de Confianza

Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%
Valor de Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58

Finalmente asumiremos un error muestral de **e=5%**

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(16,154,690) (0.50)^2 (1.65)^2}{(16,154,690 - 1)(0.05)^2 + (0.50)^2 (1.65)^2}$$

$$n = 272 \quad (\text{Ramos, 2015})$$

El número de opiniones a considerarse para este proyecto es de 272 personas conforme el resultado de la muestra, quienes son habitantes del estado de Texas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años.

3.3.3 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Una vez culminadas las encuestas, fue necesario su tabulación estadística mediante el utilitario Excel 2016, con ayuda de figuras circulares, se pudo apreciar de mejor manera los resultados, la categorización y relevancia de los mismos, se darán en orden pre establecido de las preguntas.

3.3.4 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

De las 3 empresas objeto de la investigación solo pudimos contar con la opinión de 1 de ellas, debido a que por cuestiones internas y proyectos en los que se encuentran 2 de las empresas no nos pudieron colaborar con la entrevista.

Datos de la Empresa Austrofoods:

La Compañía fue creada para producir y procesar Guanábana, por esta razón nos enfocamos en cerrar el ciclo desde la producción de la fruta hasta el procesamiento y la comercialización del producto final. Toda nuestra fruta es transportada el mismo día de su cosecha desde Esmeraldas hasta nuestra planta procesadora en Quito, aquí es donde realizamos los procesos de selección, limpieza, maduración y transformación, ya sea en pulpa, fruta sin semilla o néctar.

Sus plantaciones han sido creadas con el fin de producir y procesar la Guanábana de la más alta calidad cumpliendo con todas las normas sociales y ambientales, además de velar por el bienestar social de nuestros empleados intentando ante todo tener un equipo humano trabajando en las mejores condiciones, cuidando y respetando el medio ambiente.

Con el fin de proveer a los clientes más exigentes, tanto en calidad como en cantidad, entendemos y es uno de nuestros objetivos principales el ser consistentes en nuestros

volúmenes mensuales por lo que trabajamos técnicamente realizando polinizaciones manuales, podas y enfunde de cada fruta lo cual garantiza la constancia en producción y el abastecimiento a nuestros socios comerciales.

La planta de proceso está ubicada en la ciudad de Quito con altos estándares de calidad.

Imagen 24
Finca Productora Esmeraldas



Fuente: (Austrofoods, 2016)

Imagen 25
Fruta cosechada en las Haciendas



Fuente: (Austrofoods, 2016)

Austrofoods comercializa enlatados de Guanábana:

Pulpa Enlatada de Guanábana

Pulpa Congelada de Guanábana

(Austrofoods, 2016)

Imagen 26
Pulpa Congelada de Guanábana



Fuente: (Austrofoods, 2016)

Imagen 27
Pulpa Congelada de Guanábana, Maracuyá y Papaya



Fuente: (Austrofoods, 2016)

3.3.5 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS LA ENTREVISTA DE WANABANA

IMAGEN 28



UNIVERSIDAD LAICA
VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN AL GRANEL DE LA HOJA DE GUANABANA
HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.”**

1. ¿Qué tipo de productos exporta su empresa?

Pulpa Enlatada, Pulpa Congelada.

2. ¿Cuáles son los mercados a los que su Empresa exporta?

Entre los mercados se encuentran Europa y Estados Unidos.

**3. ¿Cuál es el mejor término de venta para negociar en el mercado Estadounidense?
Es el Término FOB.**

4. ¿Cuál es el proceso que siguen los productos que Uds. exportan?

Selección, limpieza, maduración y transformación, ya sea en pulpa, fruta sin semilla o néctar.

5. ¿Cuándo iniciaron la exportación de los derivados de la Guanábana?

En 2008.

6. ¿Conoce Ud. cuál es la temporada alta de la producción de Guanábana?

Nuestras siembras se las ha realizado paulatinamente, desfasando así acumulaciones de producción y siendo capaces de abastecer los 12 meses del año.

7. ¿Conoce Ud. qué tipo de beneficios para la salud provee la Guanábana?

Si. Posee beneficios para tratar el cáncer y la diabetes entre otras enfermedades.

8. ¿Conoce Ud. los beneficios a la salud que puede otorgar la hoja de Guanábana?

No. Con exactitud, debe tener beneficios muy similares a los del fruto.

9. ¿Considera Ud. que la Hoja de Guanábana puede llegar a ser un potencial producto de exportación?

Si cuenta con beneficios medicinales, es muy probable.

10. ¿Estaría su empresa dispuesta a convertirse en un exportador de Hoja de Guanábana?

Dependería del potencial mercado de venta, si existe una demanda del producto.

Contacto: Jimena Sneiro
Comercio Exterior
jimena@wanabana.com.ec

3.3.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La encuesta se la realizó de manera virtual mediante la plataforma de formularios de Google Forms a 272 habitantes del Estado de Texas de edades comprendidas entre 18 y 64 años, obteniendo los siguientes resultados.

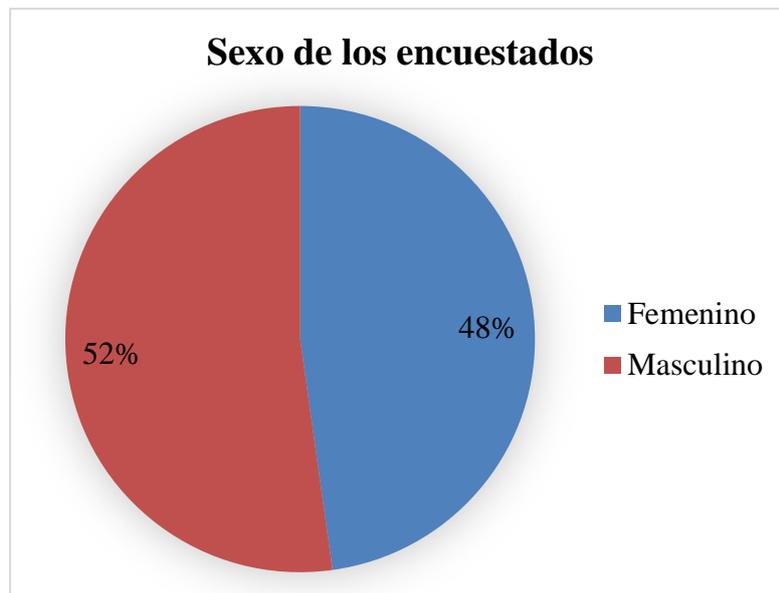
Pregunta N° 1: ¿Cuál es su sexo?

Tabla 15: Sexo de los encuestados

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	130	48 %
Masculino	142	52 %
Total General	272	100 %

Elaborado por: La Autora

Figura # 8:
Sexo de los Encuestados



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El género sexual de los entrevistados nos resultaba indiferente para este estudio pero al final los resultados arrojaron que la población masculina fueron los que más nos colaboraron para este estudio con un porcentaje de 52% versus el 48% de las mujeres encuestadas.

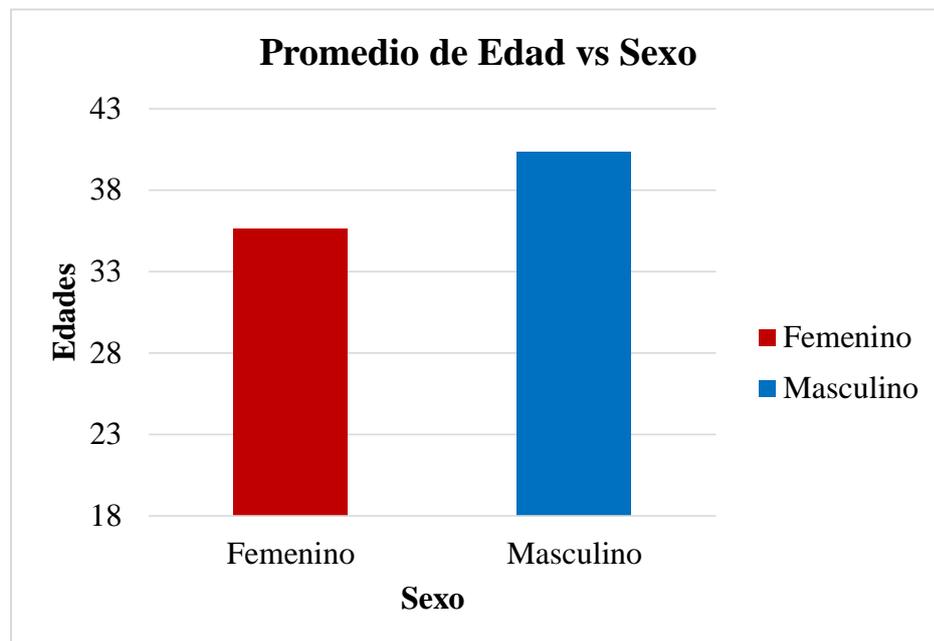
Pregunta N 2: ¿Cuál es su edad?

Tabla 16: Edad

Etiquetas de fila	Edades, Años
Femenino	18-36
Masculino	18-40

Elaborado por: Autora

Figura # 9: Promedio de edad



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El promedio de edad es más alto en los hombres entre los 18 y 40 años, debemos tomar en consideración que la encuesta se la realizó de manera virtual, no hubo personas de edades que superen los 40 años.

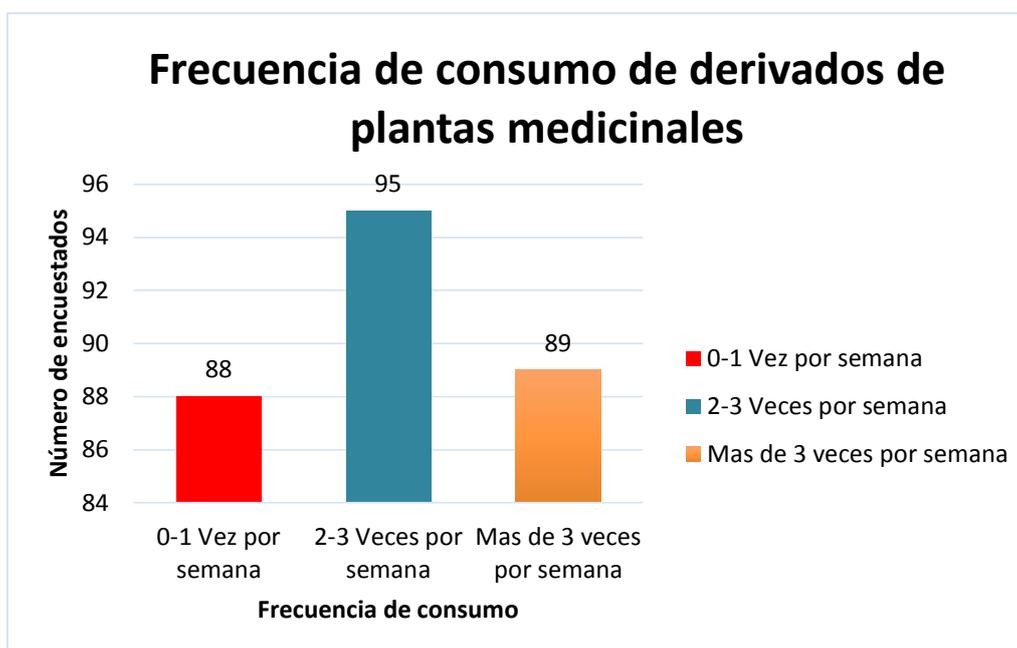
Pregunta No. 3: ¿Con qué frecuencia consume derivados de plantas medicinales?

Tabla 17: Frecuencia en el consumo de plantas medicinales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
0-1 Vez por semana	88	32.35%
2-3 Veces por semana	95	34.93%
Más de 3 veces por semana	89	32.72%
Total General	272	100%

Elaborado por: La Autora

Figura # 10: Frecuencia en el consumo de plantas medicinales



Elaborado por:
La Autora
Análisis:

Las

personas encuestadas revelaron que, dentro de su consumo semanal, el mayor número agrega a sus dietas de la semana 2 o 3 veces derivados de plantas medicinales.

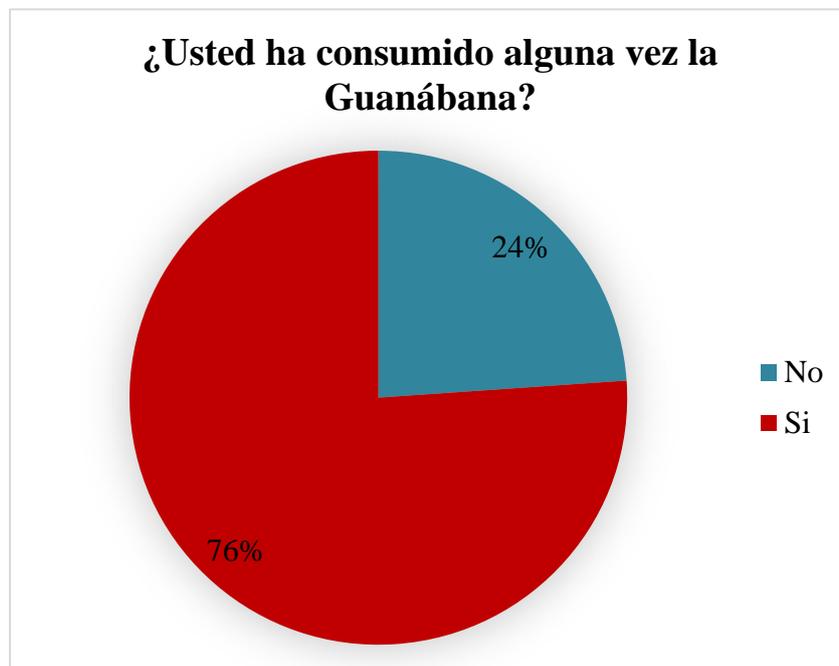
Pregunta No. 4: ¿Usted ha consumido alguna vez la Guanábana?

Tabla 18: Consumo de la guanábana

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	65	23.89%
Si	207	76.11%
Total General	272	100 %

Elaborado por: La Autora

Figura # 11: Consume la guanábana



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 76% de los encuestados han consumido por lo menos una vez la guanábana saben de su existencia, solamente el 24% de los mismos no identifican directamente el producto o alguno de sus derivados, las preguntas 5,6,7 fueron contestadas por 207 personas, porque requerían conocimiento o en algún momento haber consumido la fruta en cualquier de sus presentaciones.

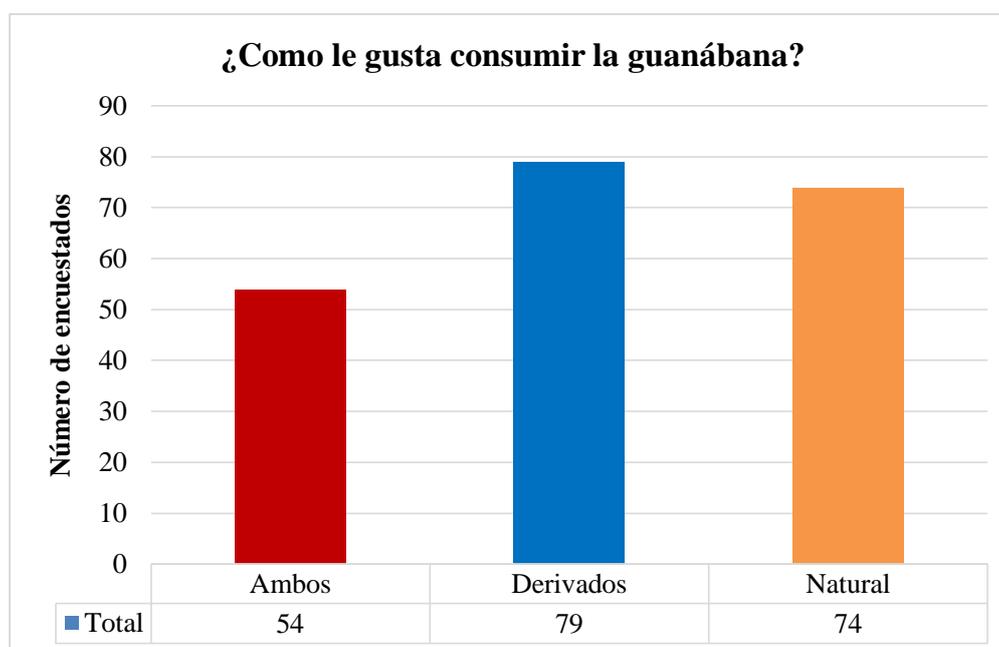
Pregunta No. 5: ¿Qué preferencia de consumo tiene hacia la Guanábana?

Tabla 19: Preferencia de consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Derivados	79	38.16%
Natural	74	35.75%
Ambos	54	26.09%
Total General	207	100 %

Elaborado por: La Autora

Figura # 12: Preferencia de Consumo



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 38.16% de los encuestados tienen preferencias a consumir derivados del fruto, en cualquier de estas presentaciones, el 35.75% tiende a consumirlo de manera natural, la pulpa, lo que refleja en un grado similar que este producto es consumido de diferentes formas, y posee aceptación en mercado objetivo.

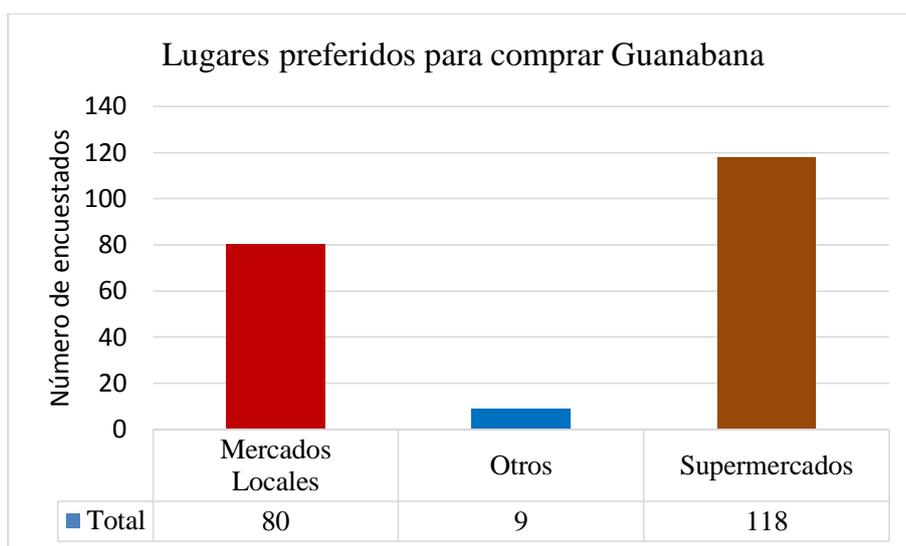
Pregunta No. 6: ¿En dónde compra la guanábana?

Tabla 20: Lugar donde comprar la Guanábana

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Mercados Locales	80	38.65%
Otros	9	4.35%
Supermercados	118	57.00%
Total General	207	100 %

Elaborado por: La Autora

Figura # 13: Lugares donde comprar la Guanábana



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 57% de los encuestados prefiere adquirir el producto dentro de los supermercados, el 38.65% acuden a los mercados locales, lo que marca una tendencia de consumir este producto extranjero en lugares de confianza.

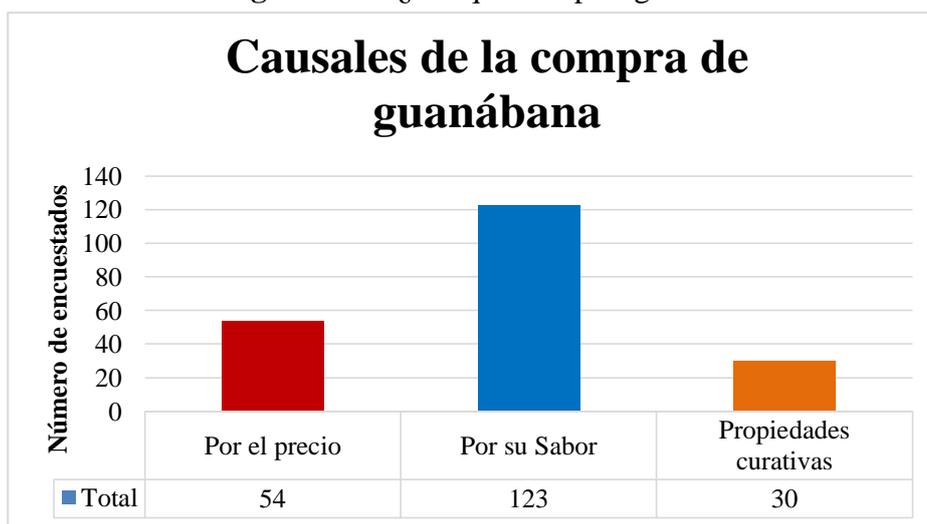
Pregunta No. 7: ¿Por qué compra la guanábana o sus derivados?

Tabla 21: Porque comprar guanábana

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Por el precio	54	26.09%
Por su Sabor	123	59.42%
Propiedades curativas	30	14.49%
Total General	207	100 %

Elaborado por: La Autora

Figura # 14: ¿Por qué comprar guanábana?



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 59.42% de los encuestados tienen preferencia hacia el producto por su sabor, y un 14.49% tienen algún conocimiento de las propiedades curativas de la pulpa o algún derivado de la misma.

Pregunta No.8:

¿Conoce de los beneficios del consumo de la hoja de guanábana y sus derivados?

Tabla 22:

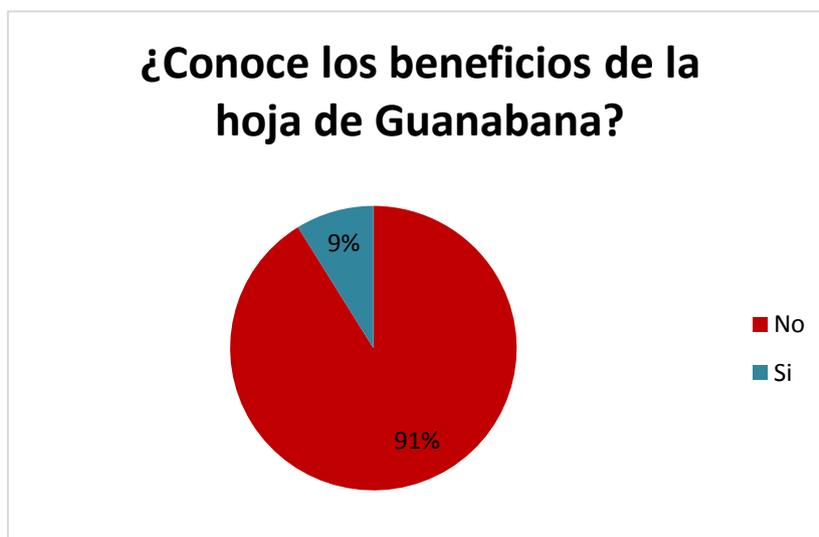
Beneficios de la
guanábana

hoja de

Opción	Frecuencia	Porcentaje
No	248	91.18%
Si	24	8.82%
Total General	272	100 %

Elaborado por: La Autora

Figura # 15: Beneficios de la hoja de guanábana



Elaborado por: La Autora

Análisis:

El 91.18% de los encuestados desconocen los beneficios que tiene la hoja de guanábana como propiedades medicinales o algún otro índole, la mayoría identifica solo a la pulpa o algún derivado de la misma.

4 CAPITULO IV

4.1 LA PROPUESTA

Título de la Propuesta:

Proyecto de Exportación al Granel de la Hoja de Guanábana hacia el mercado de Estados Unidos.

4.1.1 Justificación de la Propuesta

El proyecto de exportar al granel la hoja de guanábana surge con el fin de dar a conocer que existen productos en Ecuador cuyo cultivo no está siendo aprovechado al 100% por los productores debido al desconocimiento de los beneficios medicinales que esta planta posee y la demanda mundial de la misma en países como Estados Unidos.

A continuación se detallan algunos factores en los que influirá de manera positiva la exportación de la Hoja de Guanábana:

1. Generar fuentes de ingreso a los productores del cultivo del árbol de guanábana a través de la venta de la hoja.
2. Dar apertura a un nuevo mercado de exportación para los potenciales y actuales exportadores de la fruta.
3. Contribuir con la demanda de esta planta medicinal en Estados Unidos.

4.1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO DE EXPORTACIÓN

4.1.2.1 Objetivo General

Fomentar la exportación de la Hoja de Guanábana hacia el mercado de Estados Unidos.

4.1.2.2 Objetivos Específicos

- Indicar los pasos a seguir para que una empresa inicie con la exportación de Hojas de Guanábana hacia el mercado de Estados Unidos en la ciudad de Texas.

- Establecer estrategias de Marketing para que el producto y la marca sean reconocidas en el mercado estadounidense.
- Dar a conocer la propuesta a los productores y exportadores de la fruta para que a través de alianzas estratégicas se aumente el volumen de producción para la venta.

4.1.3 RESUMEN DEL ANALISIS DEL MERCADO META

Una vez realizado un estudio al mercado meta, Estados Unidos se puede evidenciar que el mercado tiene una gran demanda hacia los productos que se encuentran contenidos en la Subpartida 1211909090 (Plantas, Semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incl.. cortados...) en donde se encuentra incluida la Hoja de Guanábana es por ello que dentro de sus cifras mensuales se evidencia un flujo constante de importaciones de varios países.

En la lista de socios comerciales de importación que tiene Estados Unidos se destacan China, India y México, aunque solo México se ubica geográficamente más cerca a este mercado no es lo que lo motiva a que sea su principal proveedor. Además pudimos verificar que Perú el país vecino también ha ingresado a este mercado con los productos que engloba la Subpartida 1211909090, ubicándose en el noveno lugar de los proveedores de este producto a Estados Unidos por lo que vemos como una potencial oportunidad para Ecuador la Exportación de la Hoja de Guanábana.

El mercado meta elegido es la ciudad de Texas en Estados Unidos cuenta con una población de alrededor 16.154.69 millones de habitantes de entre 18 y 64 años de edad. De la encuesta realizada a 272 personas el resultado de la muestra que su población ha consumido en mayor o menor grado las plantas medicinales donde se ubica la Hoja de Guanábana.

4.1.4 ANÁLISIS FODA DE LA EXPORTACIÓN DE LA HOJA DE GUANÁBANA HACIA EL MERCADO DE TEXAS ESTADOS UNIDOS.

La matriz FODA es una herramienta a través del cual se pueden determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se le pueden presentar a una Empresa para iniciar sus actividades en un nuevo mercado. (Foda, 2016)

A través de esta matriz se puede conocer la situación actual de la empresa o producto a través de las variables que se estudian y de esta forma poder tomar decisiones estratégicas a futuro. (Foda, 2016)

Es por ello que este estudio se realiza en los procesos de marketing porque nos permite conocer el análisis de la situación interna y externa de la empresa y de esta forma establecer estrategias a seguir en el mercado. (Foda, 2016)

Fortalezas: Son las capacidades o habilidades especiales con que cuenta la empresa y que se desarrollan de manera positiva.

Oportunidades: Son factores positivos con los que cuenta la empresa y que le permite obtener ventajas frente a su competencia. (Foda, 2016)

Debilidades: Son recursos que la empresa carece, habilidades que no posee esto da como resultado una posición desfavorable frente a sus competidores en el mercado. (Foda, 2016)

Amenazas: Son situaciones que se generan en el entorno externo de la empresa que pueden incluso terminar con la permanencia de la misma. (Foda, 2016)

Para poder ingresar al mercado de Texas Estados Unidos vamos a detallar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que puede tener un Exportador potencial de este producto.



Elaborado por: La Autora

4.1.4.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Se las conoce como estrategias comerciales que sirven para lograr alcanzar objetivos relacionados con el marketing como aumentar las ventas, dar a conocer un nuevo producto, o lograr una mayor participación en el mercado. (Crecen Negocios, 2016)

Para poder alcanzar los objetivos se debe analizar al público objetivo conocer sus necesidades, deseos, costumbres. Además debemos analizar la competencia con el fin de conocer sus debilidades, conocer sus estrategias y los resultados que están obteniendo. (Crecen Negocios, 2016)

Es por ello que las estrategias del marketing se las suele llamar las 4Ps porque se clasifican en estrategias que se enfocan en 4 aspectos de la empresa. Estas son: Estrategia para el producto, Estrategia para el precio, Estrategia para la plaza, Estrategia para la promoción. (Crecen Negocios, 2016)

4.1.4.2 ESTRATEGIA PRODUCTO

Esta estrategia estará basada en las características que presenta el producto que se saldrá al mercado, se dará a conocer varios aspectos relevantes para que el producto logre el posicionamiento deseado en el mercado de Texas, entre estos podemos señalar los siguientes:

- Sus beneficios para la salud.
- Los usos que se le puede dar a la hoja de guanábana.
- Que la presentación del producto sea atractiva a la vista del consumidor.
- Que los colores y el logotipo indiquen que se trata de una planta medicinal cultivada en Ecuador.
- Que la entrega del producto se realizará hasta el domicilio del cliente. (Crecen Negocios, 2016)

4.1.4.3 ESTRATEGIA PRECIO

Es el valor que tendrá el producto para la venta al consumidor final, para el caso de la hoja de guanábana consideraremos los siguientes aspectos para determinar el precio:

- Que el precio a la venta será relativamente menor en comparación a los de la competencia, esto con el fin de que el producto llame la atención del consumidor final y este pueda probar la óptima calidad del mismo y a un precio diferenciado.

- Que a través del precio se logre una rápida acogida por parte del consumidor y las ventas se incrementen de manera acelerada.
- Se realizarán descuentos por volumen de compra y por pagos al contado.

4.1.4.4 ESTRATEGIA PLAZA O DISTRIBUCIÓN

La plaza es el lugar donde será ofertado el producto al consumidor final y la forma como trasladar el producto hasta su destino de distribución. (Crecen Negocios, 2016)

En el caso de la exportación de la hoja de guanábana debido a que no es un producto antes exportado por Ecuador se tomarán las siguientes estrategias:

- Crear una página en Facebook
- Crear una cuenta en Twitter
- Crear una cuenta de email

Se considera que las redes sociales ayudan a dar a conocer el servicio o el producto que oferta una empresa de manera ágil, económica y eficaz además mientras más seguidores tenga en redes sociales más posibilidades existen de la venta de tu producto.

Si ofreces un buen servicio los comentarios que se den en las redes sociales te ayudarán a conseguir nuevos clientes, otra ventaja que se puede mencionar respecto a las redes sociales es que a través de un dispositivo móvil como tu Tablet o celular te mantendrás en contactos con tus clientes.

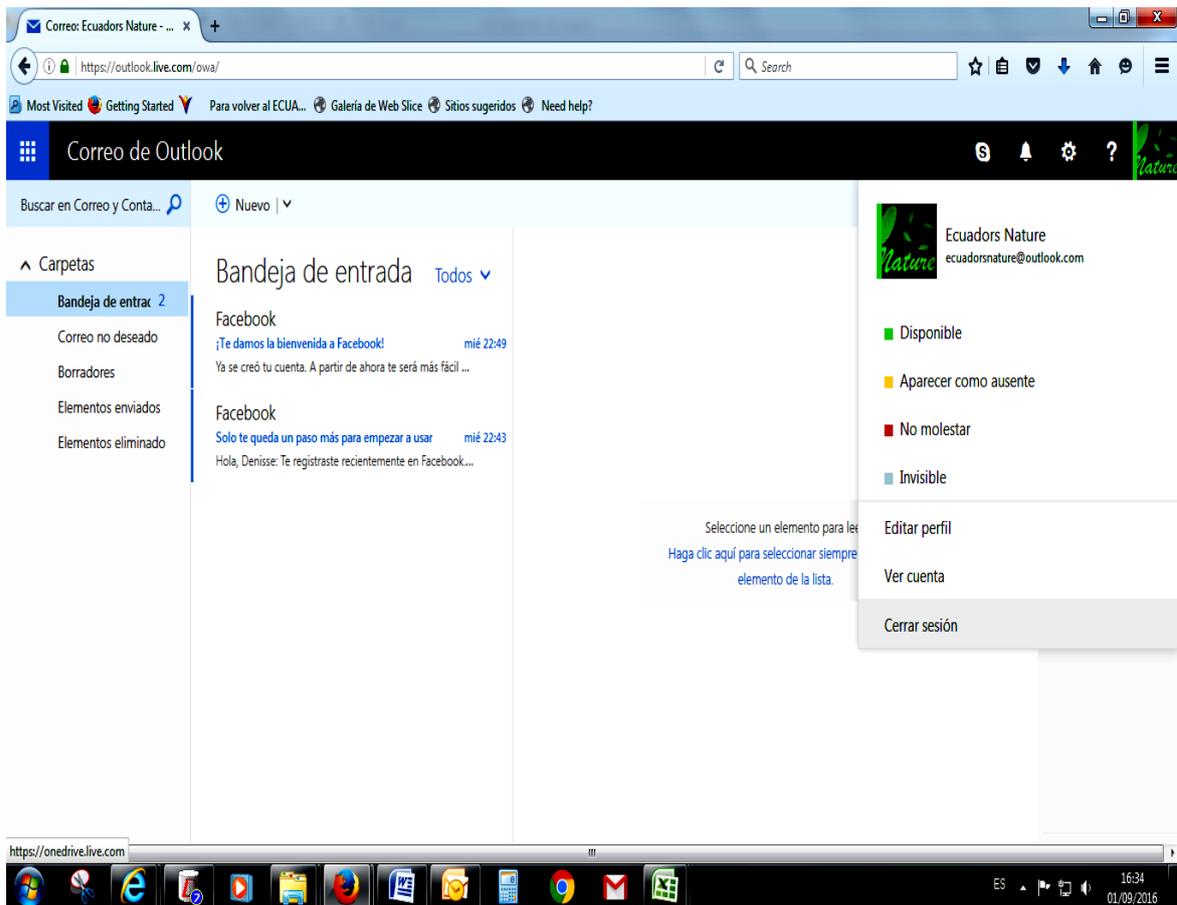
Además a través de este proyecto tomamos contacto con un comprador potencial en Texas es una cadena de supermercados a través de las redes sociales nos llegó un anuncio de los productos que ellos adquieren semanal y por quincena.

Imagen 29
Página de Facebook



Fuente: Facebook.com

Imagen 30 Mail Outlook



Fuente: Hotmail.com

A continuación se detalla los datos de este cliente:

MCALLEN PRODUCE TERMINAL MARKET

Best Location to start a NEW business!

2501 W. Military Hwy

McAllen, TX 78503

PH: 956.624.0819

Contacto: Mcallen

Ubicación: Texas

Email: ventas@vemextli.com

Web: www.mcallenwarehouse.com

Anuncio publicado por el cliente:

1. **Vemextli** dice:

[25 de abril, 2016 a las 2:02 pm](#)

ESTAMOS BUSCANDO PROVEEDORES DE:

Thai chile

Habanero chile

Tomates

Pimientos – bellpeppers

Hierbas aromáticas, tales como cilantro, perejil, albahaca, tomillo, romero

Mangos

Limón Persa

Aguacate orgánico

Hoja de Guanábana

Frutas y vegetales en frescos orgánicos, certificados.

Volúmenes importantes a la semana y por quincena.

También podemos comercializar tus productos que no califican para exportar a diferentes clientes en la industria.

Somos un Food Broker

Contacto:

ventas@vemextli.com

Este proyecto realizará una exportación directa del producto es decir se adquiere el producto al productor y a través del programa Exporta Fácil se realiza la entrega al cliente final sin necesidad de intermediarios.

Tabla # 23
Forma de Distribución del producto



Elaborado por: La Autora

4.1.4.5 ESTRATEGIA PROMOCIÓN

La promoción consiste en dar a conocer al consumidor final la existencia del producto e incentivar a la compra del mismo. Es por ello que se aplicarán las siguientes estrategias para la exportación de la hoja de guanábana:

- A través de las redes sociales se realizarán publicaciones ofertando obsequios a los seguidores que den más likes a nuestra página de Facebook.
- Además aquellos que compartan las publicaciones el mayor número de veces se les otorgarán descuentos en sus futuras compras.
- También se otorgaran descuentos a los clientes que realicen compras habituales.
- Cada día se les presentará tips del uso de la hoja de guanábana y también los beneficios de la planta.

4.1.3 PROCESOS A SEGUIR EN EL MERCADO INTERNO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA HOJA DE GUANÁBANA

Para exportar la Hoja de Guanábana se mostrará 2 formas en las que se puede realizar este proceso:

1. Constituyendo una Compañía, realizando el proceso habitual de exportación.
2. A través de Exporta Fácil un sistema de exportación para empresas pymes para lo cual solo basta la obtención del RUC por lo que el trámite lo puede realizar como persona natural.

4.1.3.1 CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA

Para que una empresa ecuatoriana pueda exportar hacia el mercado de Estados Unidos debe estar constituida legalmente ante el estado Ecuatoriano. Aunque existen varios tipos de compañías lo recomendable es que se cree una Sociedad Anónima debido a que el aporte del capital de este tipo de compañía se da por la contribución de los socios, no hay un límite de socios. (Derecho Ecuador, 2016)

La Sociedad Anónima está regulada a partir del Art. 143 de la Ley de Compañías.

(Derecho Ecuador, 2016)

A continuación se detallan los pasos para poder constituirse como una Empresa de Sociedad Anónima:

1. **Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
2. **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.
3. **Abre una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Capital mínimo: \$800 para compañía anónima
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

4. **Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. **Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

6. **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.

7. **Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. **Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.

9. **Realiza la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. **Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. **Inscribe el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Imagen 31

Pasos de Registro como Compañía



Fuente: Cuida tu Futuro/Banco Solidario (Cuida Tu Futuro, 2016)

12. **Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la

persona que realizará el trámite

13. **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

Un abogado puede ayudarte en el proceso. El costo de su servicio puede variar entre \$600 y \$1,000 o dependiendo del monto de capital de la empresa. (Cuida Tu Futuro, 2016).

4.1.3.1.1 CREAR MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA

DATOS PARA CREAR UNA MISIÓN:

Para crear una misión debemos saber que la misma es la razón de ser de la empresa.

Por lo que debemos hacernos las siguientes preguntas?

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué buscamos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Dónde lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?
- ¿Para quién trabajamos? (Grandes Pymes, 2016)

DATOS PARA CREAR UNA VISIÓN:

Para definir la visión de la empresa se debe considerar cual es la aspiración de la empresa como la ve a corto o mediano plazo. Preguntas como las que se detallan a continuación son muy frecuentes:

- ¿Cómo seremos en el futuro?
- ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?
- ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?
- ¿Qué haremos en el futuro? (Grandes Pymes, 2016)

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Los objetivos son la fuente de motivación de la empresa por lo cual a través de ellos podemos obtener el éxito de la empresa.

Se pueden tener a consideración las siguientes pautas para establecer los objetivos:

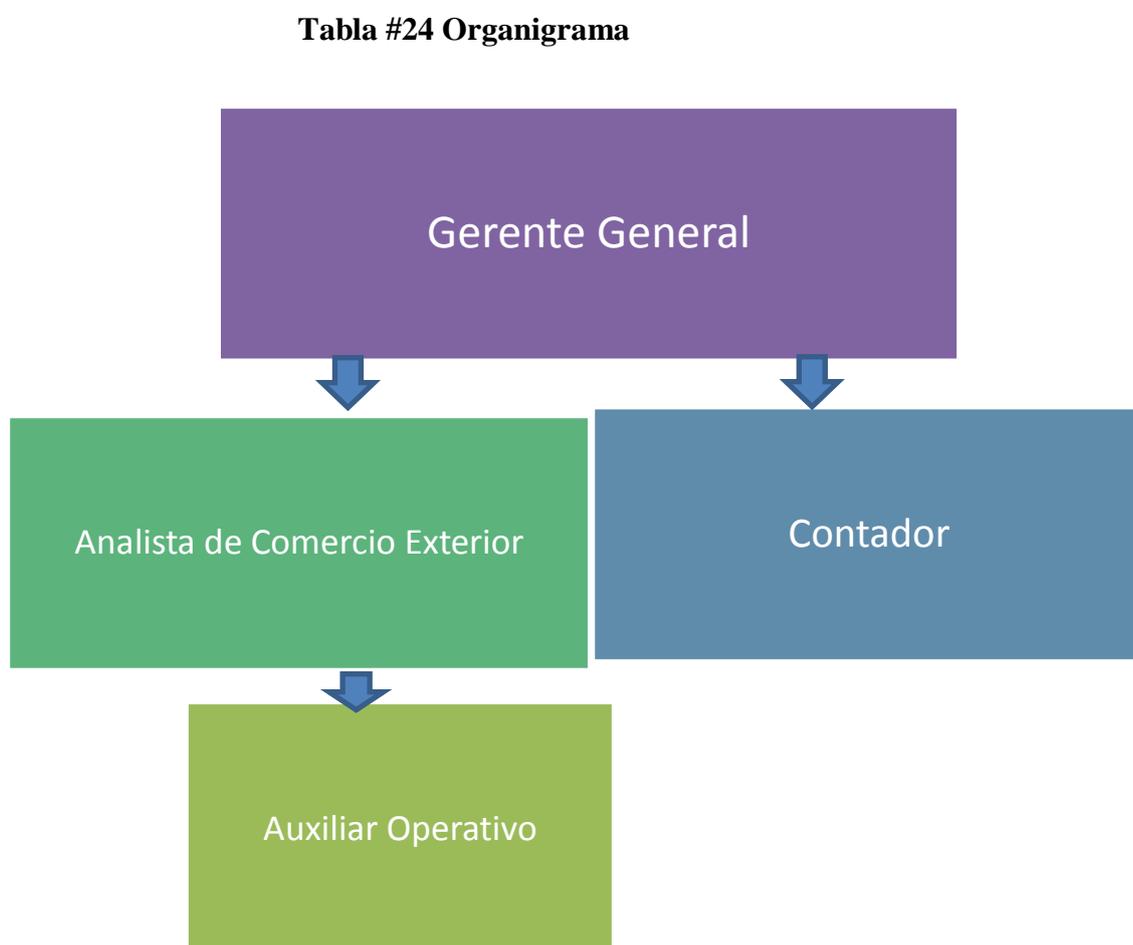
- Nos ayudan a enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- Nos guían para la formulación de estrategias.
- Nos ayudan para la asignación de recursos.
- Permiten evaluar y comparar y evaluar los resultados
- Nos permiten llevar una buena organización
- Generan motivación al personal
- Nos ayudan a determinar prioridades. (Crecen Negocios, 2016)

4.1.3.1.2 IMAGEN CORPORATIVA

La empresa debe contar con un logo que sea llamativamente visual para que la marca pueda ser posicionada en la mente del consumidor del cliente.

4.1.3.1.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Una empresa que exportadora de Hoja de Guanábana puede estar conformada de la siguiente manera:



Elaborado por: La Autora

4.1.3.1.4 TABLA DE DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES POR CARGO

A través de la Tabla #25 se podrá identificar las funciones que desempeñará cada persona dentro de la compañía.

Tabla 25: Funciones por Cargo

Gerente General	<ul style="list-style-type: none">• Funciona como Representante Legal• Toma las decisiones y supervisa todas las areas para su buen desarrollo• Mantiene los contactos con los clientes del Exterior• Firma los documentos administrativos• Busca y capacita el talento humano que mas se afine al desempeño de caga cargo
Analista de Comercio Exterior	<ul style="list-style-type: none">• Coordinar procesos de exportación tanto de productos terminados , así como de insumos• Gestionar compras y ventas locales e internacionales del producto• Seguimiento entregas• Coordinar las entregas de los diferentes productos al país de destino• Manejo de Ecuapass para transmitir las declaraciones aduaneras.
Contador	<p>Manejo contable de la empresa, Egresos ingresos y balances, flujos de caja , control financiero. Declara impuestos aduaneros ante el SRI. Emite comprobantes de retención. Hace gestiones de cobranzas a clientes y pagos a proveedores</p>
Auxiliar Operativo	<ul style="list-style-type: none">• Estar presente en aforos fisicos solicitados por Senae.• Estar como delegado a presenciar las inspecciones antinarcóticos, solicitadas por la Policia en las diferentes terminales portuarios.• Estar registrado en los diferentes terminales portuarios para su ingreso.• Elaborar reportes, tomar fotografía e iformar detalles del procesos de Exportación.

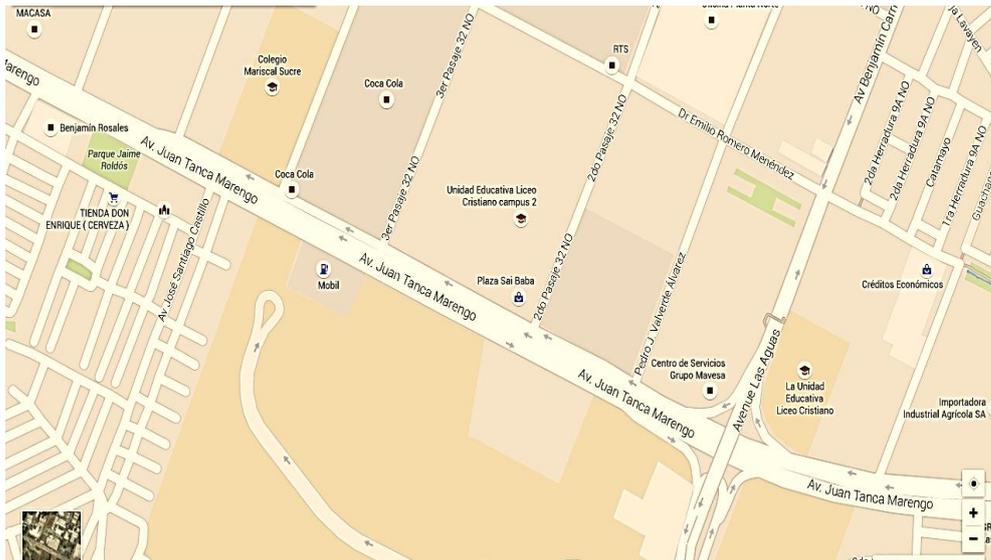
Elaborado por: La Autora

4.1.3.1.5 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa debe gozar de una excelente ubicación debe considerar factores como el tipo de sector y que cuenten con buena seguridad. Lo considerable es que sea en un sector industrial para que pueda expandirse en el caso que lo requiera. A continuación se puede visualizar una imagen del sector industrial norte de Guayaquil.

Imagen 32

Ejemplo Ubicación de la Empresa



Fuente: (Google Maps, 2016)

4.1.3.2 EXPORTACIÓN A TRAVÉS DE EXPORTA FÁCIL

Exporta Fácil es un programa que creó el Gobierno Nacional Ecuatoriano para facilitar las exportaciones de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes) a través de un sistema simplificado en conjunto con Correos del Ecuador. (ProEcuador Exporta Fácil, 2014)

Este programa posee características como:

- Simplicidad
- Bajo Costo
- Accesibilidad (ProEcuador Exporta Fácil, 2014)

Es por ello que este programa es ideal para aquellos Microempresarios que están incursionando en las exportaciones por cuanto no requiere de muchos trámites para enviar el producto al exterior.

Características de este sistema:

- Las exportaciones podrán tener un valor declarado de hasta \$5000 (FOB) por DAS.
- Se pueden realizar las exportaciones que sean necesarias para concretar su venta.
- *No perecibles* o *pericibles* que por su característica o embalaje, no requieren cadena de frío para su conservación o cuya fecha de expiración vence en 3 meses.
- Envío de muestras con factura por \$0.01

4.1.3.2.1 Documentos requeridos para realizar una exportación a través del Programa Exporta Fácil

1. Tener RUC.
2. Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
3. Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
4. Cumplir con los documentos obligatorios:
 - Factura comercial (autorizada por el SRI)
 - Packing List (lista de empaque)
 - Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no.

Opcional: presentación del Certificado de Origen. (ProEcuador Exporta Fácil, 2014)

4.1.3.3 PROCESOS PREVIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LA HOJA DE GUANABANA HACIA ESTADOS UNIDOS

Para que el producto sea exportado deberá pasar por los siguientes procesos previos y así poder contar con la documentación y permisos necesarios:

4.1.6.3.1 REQUISITOS PARA UN EXPORTADOR HABITUAL A TRAVÉS DEL SISTEMA ECUAPASS

1. REGISTRO COMO EXPORTADOR ANTE SENAE

- En el caso que no sea un habitual exportador deberá registrarse como tal ante SENAE.

Para ello a continuación se detallan los pasos a seguir conforme lo indica Aduana del Ecuador.

Una vez que la Empresa o Persona Natural cuentan con Ruc puede acceder al registro en SENAE. (Aduana del Ecuador, 2016)

Para ello debe obtener la firma electrónica o Token, existen 2 instituciones que lo proveen:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Posterior a la obtención de este certificado electrónico se puede registrar en Ecuapass como exportador. (Aduana del Ecuador, 2016)

En este sistema el exportador podrá realizar las siguientes transacciones:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

En el Boletín 32 del año 2012 de Aduana del Ecuador podrá encontrar videos demostrativos para el registro del Representante Legal y Empleados. (Aduana del Ecuador, 2016)

Imagen 33

Registro de Representante Legal en Ecuapass

Registro Representante Legal

Buzón Electrónico | SENA E | Guía del uso

ECUAPASS ADUANA DEL ECUADOR

Tramites operativos | Servicio de Información | Soporte al Cliente | Ventanilla Única

Soporte al Cliente > Solicitud del uso

Solicitud del uso(Representante)

Información de empresa

* RUC empresa: 0912816253001 [Consultar]

Razón Social: VILLAVICENCIO DI LUCA ALFREDO RICARDO

Dirección de empresa: []

Teléfono empresa: 042480640

Información de representante

* ID.usuario: REPRESENTANTE [Comprobar disponibilidad]

* Doc. Identificacion: CEDULA DE IDENTIDAD [Comprobar disponibilidad]

* Nombre Usuario: []

* Contraseña: [] * Confirmación de Contraseña: []

* Preguntas de Clave1: ¿Mes que te casaste? * Respuesta de Clave1: []

* Preguntas de Clave2: ¿Iglesia donde se casó? * Respuesta de Clave2: []

* Preguntas de Clave3: ¿Nombre de su ciudad preferida? * Respuesta de Clave3: []

* Dirección: []

* Teléfono1: [] Teléfono2: []

Celular: Claro [] Fax: []

* Correo Electrónico: []

* Confirmación de correo electrónico: [Comprobar disponibilidad]

Posición: REPRESENTANTES SENA E Correo Electrónico: REPRESENTANTE@CORREO.ADUANA.GOB.EC

Fuente: Aduana del Ecuador (Aduana del Ecuador, 2016)

Imagen 34

Registro de Representante Legal en Ecuapass Segunda Parte

Registro Representante Legal

* Preguntas de Clave1: ¿Mes que te casaste? * Respuesta de Clave1: RESPUESTA1

* Preguntas de Clave2: ¿Iglesia donde se casó? * Respuesta de Clave2: RESPUESTA2

* Preguntas de Clave3: ¿Nombre de su ciudad preferida? * Respuesta de Clave3: RESPUESTA3

* Dirección: DIRECCION DEL REPRESENTANTE

* Teléfono1: 2123456 Teléfono2: []

Celular: Claro [] 09123456 Fax: []

* Correo Electrónico: CORREO@ELECTRONICO@DOMINIO

* Confirmación de correo electrónico: [Comprobar disponibilidad]

Posición: REPRESENTANTES SENA E Correo Electrónico: REPRESENTANTE@CORREO.ADUANA.GOB.EC

* Recibir correo Electrónico: Recibir No recibir Recibir mensaje SMS: Recibir No recibir

Tipo de OCEs: Agente de Aduana [Agregar] [Eliminar]

No	Código de OCEs	En el informe se clasifican	Solicitar nuevo código	Fecha de inicio	Fecha de final

* Identificación única de certificado digital: []

Nombre del archivo	Tamaño de archivo	Adjuntar archivo
		[Cargar] [Descargar]

Tamaño total de: [] [Agregar] [Eliminar] **Registrar**

Fuente: (Aduana del Ecuador, 2016)

4.1.6.3.2 REQUISITOS PARA UN EXPORTADOR A TRAVÉS DE EXPORTA FÁCIL

A través del sistema Exporta fácil para dar inicio a las exportaciones solo basta con registrarse, llenar la DAS-E (Declaración Aduanera Simplificada de Exportación) contar con documentos tales:

- Factura (Autorizada por el SRI)
- Packing List
- Autorizaciones Previas en el caso que lo requiera el producto como es el Cert. Fitosanitario.
- Certificado de Origen es Opcional.

Imagen 35
Registro en Exporta Fácil

aplicaciones.mipro.gob.ec/exportaFacil/formularioOrigen/registroDatosEmpresa.php

LA REVOLUCION CIUDADANA ESTA EN MARCHA

exporta fácil PRODUCCIÓN ECUATORIANA AL MUNDO

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

MIPRO Ministerio de Industrias y Productividad

1) Datos Empresa 2) SubPartidas Arancelarias 3) Ingrese Usuario

Los campos marcados con (*) son obligatorios

* RUC Ingrese solo Numeros como tiene en su RUC

* RAZON SOCIAL

NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL

* DIRECCION

* PROVINCIA

* CIUDAD / POBLACION

* CORREO ELECTRONICO Ingrese una direccion mail valida

TELEFONO

Si usted desea actualizar los datos que constan en los campos no editables, debe actualizar la información de su RUC en el SRI, este sistema carga automáticamente esos datos.

Continuar

REGISTRARSE

Fuente: Exporta Fácil (Exporta Fácil Gob, 2016)

En el caso de la hoja de guanábana el país donde se venderá el producto si requiere la obtención del Cert. Fitosanitario por lo cual previo al envío del producto se deberá obtener este documento.

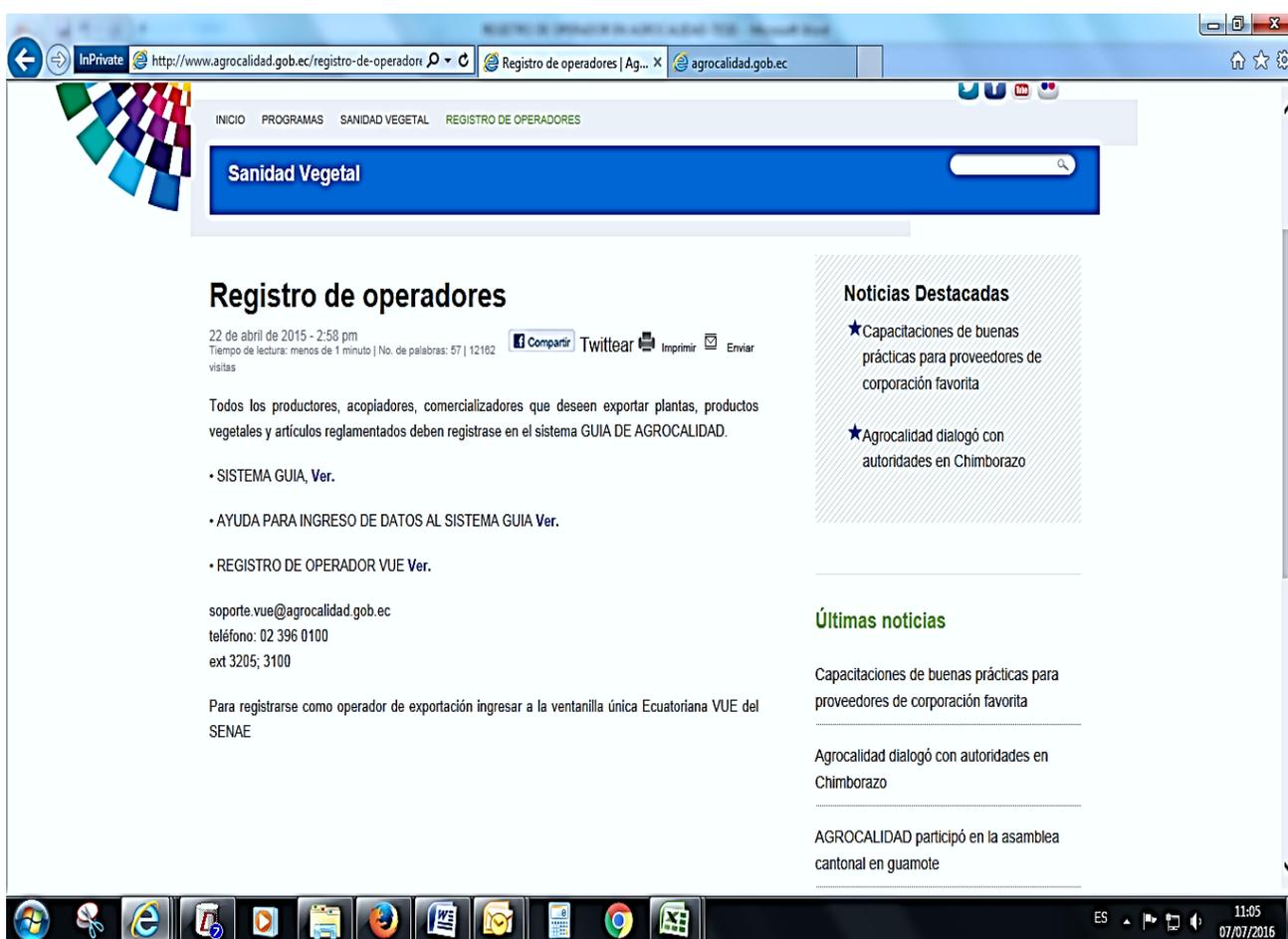
4.1.6.3.3 PASOS PARA LA OBTENCIÓN DEL CERT. FITOSANITARIO, CERT. ORIGEN Y AUTORIZACION APHIS

1. REGISTRO COMO OPERADOR ANTE AGROCALIDAD

El registro para Agrocalidad es para la obtención del Fitosanitario.

Imagen 36

Registro como operador ante Agrocalidad



(Agrocalidad, 2016)

INSCRIPCIÓN COMO OPERADOR DE SANIDAD VEGETAL EN EL SISTEMA GUÍA

El interesado en importar, exportar, producir, acopiar, comercializar, industrializar, fabricar, consolidar o propagar productos y subproductos de origen vegetal debe inscribirse en el sistema GUÍA de AGROCALIDAD:

1. INGRESAR AL LINK

<http://www.agrocalidad.gob.ec/> y hacer click en:

2. INGRESAR AL SISTEMA

En caso de inscribirse por primera vez click en:

Y llenar la información correspondiente a:

- Tipo de identificación
- Datos Generales Datos de oficina.

En el caso de estar inscrito, ingresar su usuario y contraseña.

La contraseña debe tener mínimo 8 dígitos que incluyan al menos una letra mayúscula y un carácter especial como @, #, \$, %, &, #, \$, % 3. (Agrocalidad, 2016)

INFORMACIÓN DE SITIOS

a) Ingresar la información de los sitios de operación (lugar de producción, centro de acopio, domicilio tributario, centro de procesamiento, vivero u otro)

b) Ingresada la información del sitio de operación debe escoger en el mapa su ubicación o adjuntar un croquis en formato PDF (Agrocalidad, 2016)

4. INFORMACIÓN DE LAS ÁREAS

Agregar las áreas correspondientes al sitio de operación

5. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

Seleccionar el tipo de producto y la operación a la que corresponde.

6. INFORMAR PROVEEDORES

Ingresar los datos de los proveedores en caso de operador de exportación

Nota: Los proveedores deben estar registrado en el sistema GUÍA poder agregarlos (Agrocalidad, 2016)

Tipo de operador y sitios de operación para Sanidad Vegetal en el sistema GUÍA

Imagen 37

Tipos de Operadores Agrocalidad



Cuadro 1. Tipo de operador y sitios de operación para Sanidad Vegetal en el sistema GUÍA

	TIPO DE OPERADOR	SITIO DE OPERACIÓN
SANIDAD VEGETAL	Productor	Lugar de producción
	Cuarentena	Estación cuarentenaria agrícola
	Acopiador	Centro de acopio
	Comercializador Directo	Domicilio tributario
	Industrializador	Centro de procesamiento
	Empresas de tratamientos cuarentenarios	Centro de tratamiento
	Fabricante embalajes de madera	Centro de fabricación
	Agente de Carga	Agencia de Carga
	Consolidadores	Centro de consolidación
	Viverista	Vivero
	Almacenista de plantas	Depósito de plantas

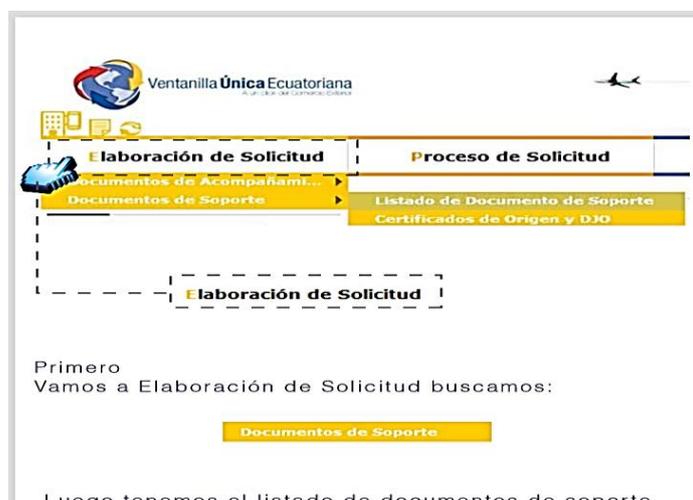
Fuente: (Agrocalidad, 2016)

1. REGISTRO EN LA VUE (VENTANILLA UNICA DE EXPORTACION)

Este registro se realiza para poder generar la Declaración Juramentada de Origen y el Certificado de Origen. El costo del Cert. Origen en las entidades públicas como MIPRO y Ministerio de Comercio Exterior es de \$10 USD.

Imagen 38

Registro en Ventanilla Única



Fuente: (Agrocalidad, 2016)

2. SOLICITUD DE AUTORIZACION ELECTRÓNICA APHIS

El Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas de Estados Unidos cuya sigla en inglés es APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) regula el ingreso de determinados productos agrícolas provenientes del extranjero previo a su ingreso a su país. (Agriculture, 2016)

Para poder acceder a este permiso el producto a exportarse deberá registrarse en el sistema de permisos electrónicos:

Ingrese en www.aphis.usda.gov/permits/eauth_epermits.shtml.

Además el producto deberá ir acompañado del Cert. Fitosanitario del país de origen que indica que el producto no se encuentra contaminado de plagas. (Agriculture, 2016)

4.1.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE ENVASADO Y EMBALAJE DE LA HOJA DE GUANABANA.

La hoja de Guanábana no sufre un proceso de transformación por lo cual es un producto que solo requiere los procesos que se detallan a continuación:

- 1. Recolección de la hoja**
- 2. Desinfección y Lavado**
- 3. Selección de las hojas**
- 4. Secado a la sombra**
- 5. Colocación en Cajas**
- 6. Colocación de Etiquetas para exportación**

4.1.8 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ENVASADO Y EMBALAJE DE LA HOJA DE GUANÁBANA.



Elaborado por: La Autora

4.1.8.1 ÉTAPAS DEL PROCESO DE ENVASADO Y EMBALAJE DE LA HOJA DE GUANABANA.

- Recolección de la Hoja:

La hoja se selecciona directo del árbol de guanábana.

Imagen 39

Recolección de la hoja



Fuente: (Euroinnova, 2016)

La hoja se desinfecta:

Imagen 40

Desinfección y Lavado de la hoja



Fuente: (Prominent, 2016)

- Selección de la Hoja

Una vez que la hoja es lavada y secada, se selecciona las hojas que están en condiciones para la venta.

Imagen 41

Selección de la hoja



Fuente: (Eukalivio, 2016)

Secado de la hoja: Se realiza a la sombra de manera natural.

Imagen 42

Secado de la hoja



Fuente: (Inkaroma, 2016)

Imagen 43

Colocación en Cajas



Fuente: (Fresh Place, 2016)

Imagen 44

Etiquetado de las Cajas



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

4.1.8.2 ETAPA PRE EMBARQUE

Para dar inicio a la exportación se debe generar DAE Declaración Aduanera de Exportación o una DAS-E en el caso que se realice la exportación a través de un Courier.

Llenado de la DAE:

En la DAE se detallarán:

- Datos de la empresa
- Descripción de la mercancía
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Puerto de Salida
- Puerto de llegada
- Tipo de Carga etc.

Al realizar la DAE se puede adjuntar la Factura, Packing List u otras autorizaciones en formato digital. (Proecuador Registro Exportador, 2016)

Imagen 45

Llenado de DAE

 REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN Consulta del detalle de la declaración de exportación			
Número de DAE	028-2012-40-00005127		
Información de general			
Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692
Información de Exportador			
Nombre del exportador	CAF E ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597960
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	CAFE EN GRANO	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCION		
Código de forma de pago		Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE
Información de carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A		
Dirección del	VIRSAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de	(5500025) CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
Pais de destino final	ARGENTINA		
DOLAR ESTADOUNIDENSE			
Totales			
Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662.01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Fuente: ProEcuador, Guía del Exportador (Proecuador, 2015)

Llenado de la DAS-E / Declaración Aduanera Simplificada de Exportación:

En la DAS-E se detallará la siguiente información:

- Datos del Exportador
- Datos de la mercancía
- Datos del Transporte
- Datos de la Aduana
- Datos de las series
- Documentos adjuntos

Imagen 46
Llenado de la DAS-E

Consultar Declaración Simplificada de Exportación			
Número de Declaración: 235-2011-000329		Canal de Control:	
Datos Generales Datos de las Series Documentos Adjuntos			
▼ Datos del Exportador		▼ Datos de la Aduana	
RUC:	20341848955	Nacionalidad:	PERU
Nombre / Razón Social:	GATE GOURMET PERU S.R.L.		
Domicilio Fiscal:	ELMER FAUCETT		
Aduana:	AEREA DEL CALLAO		
Año:	2011		
Tipo de Operación:	OTROS		
▼ Datos de Mercancía			
Almacén:	AQP EXPRESS CARGO S	Peso Neto Total:	80.00
Total Unidades Físicas:	200.00	Número de la Factura Comercial:	001-000682
Total de Bultos:	200.00	Fecha de la Factura:	12/06/2011
		Peso Bruto Total:	80.00
		Solicitud de Aforo:	SI
▼ Datos de Transporte			
Empresa de Transporte:		Nº. Doc. Transporte:	DEMB555458
Tipo de Documento:	GUIA AEREA	Vía de Transporte:	AEREA
Vía de Transporte:	AEREA	Pais Destino:	AZERBAIJAN
Pais Destino:	AZERBAIJAN	Puerto Destino:	DJULFA

Fuente: Comunidad Todo Comercio Exterior (Comunidad Todo Comercio Exterior, 2015)

4.1.8.2.1 Ingreso de mercadería a Zona Primaria para Exportación a Consumo

Luego de generar la DAE la mercadería debe ingresar a Zona Primaria para lo cual se deberá contar con una reserva sea por vía terrestre o marítima en este caso la Hoja de

Guanábana se la exportará de manera aérea porque será en pequeñas cantidades a pedido del comprador en Estados Unidos.

La mercancía a exportarse se la recibe en las paletizadoras el mismo día que se exportará la mercadería debe estar debidamente identificada con las etiquetas respectivas:

A continuación detallo imágenes de la recepción de la carga en las paletizadoras a través de la etiqueta que el Sistema Ecuapass otorga cuando se trata de cargas aéreas la cual contiene código de barras se procede con la subida al sistema de los pesos de la carga y se designará el canal de Aforo puede ser: Automático, Documental o Físico Intrusivo.

Si la carga tiene Aforo Automático el sistema le otorga la Salida Autorizada y la carga puede ser embarcada.

IMAGEN 47

Recepción de la Carga en las Paletizadoras



Fuente: Torres y Torres Agentes de Aduana (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

IMAGEN 48

Etiqueta que contiene la Caja



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

IMAGEN 49

Mercadería a exportarse



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

IMAGEN 50

Mercadería a exportarse antes de ser pesada



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

IMAGEN 51

Etiqueta que contiene el código de barras con el número de DAE y Destino



Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

IMAGEN 52

Peso Recibido por la Paletizadora



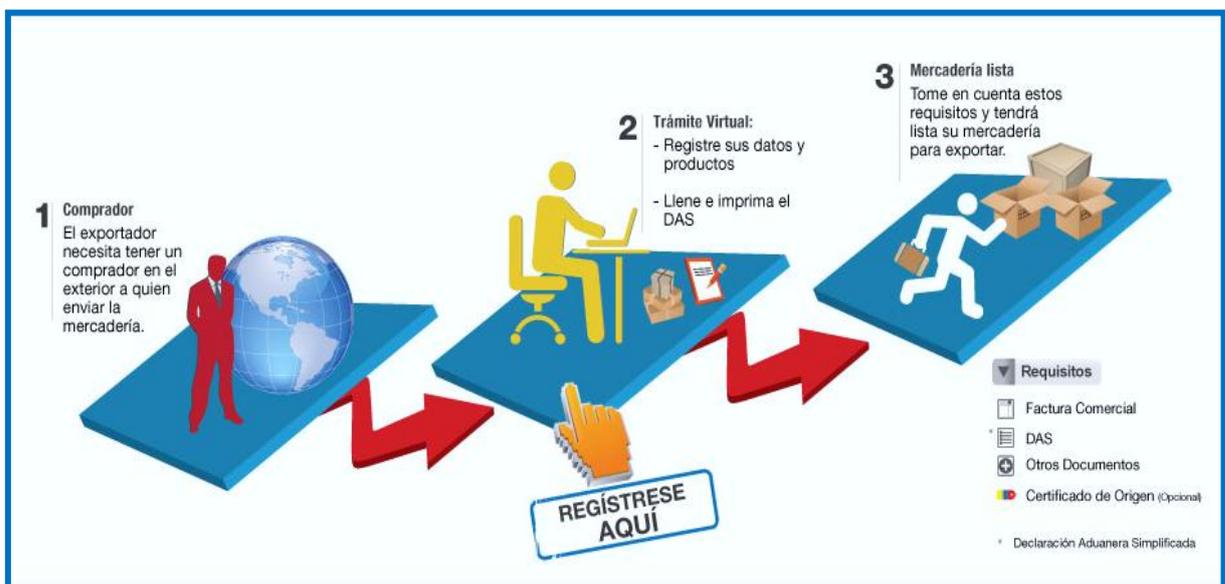
Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

4.1.8.2.2 Entrega de Mercancías para exportación mediante Sistema Exporta Fácil

A través de este sistema se simplifica en 3 pasos como se lo puede visualizar en la imagen que se detalla a continuación.

IMAGEN 53

Entrega de la mercancía al Courier



Fuente: Exporta Fácil (Exporta Fácil Gob, 2016)

Una vez que la mercadería cuenta con los permisos previos a la exportación se deberá llenar la DAS-E e imprimirla e ir a realizar la entrega a Correos del Ecuador o a través de EMS.

De no contar con embalaje adecuado se puede adquirir cajas de diferentes tamaños en Correos del Ecuador a los siguientes costos:

- a) **Pequeñas:** 25x25x15 USD 1,68
- b) **Medianas:** 40x30x20 USD 2,24
- c) **Grande:** 45x70x52 USD 5,40

El costo aproximado por Correos del Ecuador es \$172 por cada 10 kilos que es promedio semanal de venta del producto.

El costo aproximado por medio de EMS es de \$137.30 por cada 10 kilos. (Exporta Fácil Gob, 2016)

4.1.8.3 ETAPA POST EMBARQUE

4.1.8.3.1 Proceso de una Exportación a Consumo

Una vez que la mercadería sale del país la naviera, aerolínea, Agencia de Carga con la que trabajó les emitirá el Documento de transporte.

En el caso de los embarques aéreos le entregarán una guía aérea la cual se detalla en la Imagen 46.

Para poder cerrar la Declaración Aduanera se cuenta con el lapso de 30 días desde la fecha de embarque que se detalla en el documento de transporte.

Una vez que la mercadería sale del país y la aerolínea o la agencia de carga realizan su envío electrónico de la información en el Sistema Ecuapass le aparecerá un mensaje indicando con cuantos días usted cuenta para regularizar la DAE.

Previo al cierre de la DAE y posterior regularización, se deberá realizar una DAE Correctora en esta Declaración se deberá adjuntar la Factura y el documento de transporte

definitivos, además se deberá actualizar detallada en la DAE conforme a los documentos definitivos.

Una vez que la DAE Correctora es aprobada por SENAE y cuenta con las 3 condicionantes que el sistema solicita para la colocación de la Marca Regularizada.

Estas condicionantes son:

- Que cuente con Registro en Zona Primaria.
- Que cuente con Salida Autorizada
- Que tenga una corrección Aprobada

Una vez que estas condicionantes se cumplen el exportador puede proceder a colocar la Marca Regularizada en el Sistema Ecuapass para dar por concluida la exportación.

IMAGEN 54

Guía Aérea

14 GYE 01083740		HAWB GYEMA6585-16	
SHIPPER'S NAME AND ADDRESS TRANSPORTADORA ECUATORIANA DE VALORES TEUCOL CIA. LTDA. AV CORDOVA 100 Y JULIAN CORONEL GUAYAQUIL - ECUADOR CNPJ: 1790023485001		SHIPPER'S ACCOUNT NUMBER A DE VALORES	
CONSIGNEE'S NAME, ADDRESS CONFIDENTIAL MOTORS INC. 2029 BROAD STREET MOBILE ALABAMA - UNITED STATES		CONSIGNEE'S ACCOUNT NUMBER AL 15515	
ISSUING CARRIER'S AGENT NAME AND CITY DSV 6L ECUADOR GUAYAQUIL, ECUADOR		ACCOUNTING INFORMATION	
AGENT'S DATA CODES 79 15003 0015		ACCOUNT No.	
APPOINT OF DEPARTURE ADDR. OF FIRST CARRIER AND REQUESTED ROUTING JOSE JOAQUIN DE OLMEDO			
TO GYE	BY FIRST CARRIER WFRANSH	TO HIA	BY TO
AMOUNT OF INSURANCE H. I. L.		DECLARED VALUE FOR CUSTOMS N. V. D.	
ATTACHED ON AWB - DAE 019-2016-51-00299850			
THESE COMMODITIES LICENSED BY THE U.S. DESTINATION			
NO. OF THIS AWB 1	GROSS WEIGHT 327 KG	DATE CLASS COMMUNITY 327	RATE 2
TOTAL 674		CHARGE 2	
OTHER CHARGES GASTOS EN EL EXTERIOR 519.00 HANDLING 100.00		TOTAL COLLECT CHARGES 674.00	
SHIPPER'S CERTIFICATE I HEREBY CERTIFY THAT THE PARTICULARS OF THIS AWB ARE CORRECT AND TRUE IN SO FAR AS ANY PARTS OF THE COMMODITIES CONTAINED HEREIN ARE CONCERNED. SUCH PARTS ARE PROPERLY PACKED AND IN PROPER CONDITION FOR CARRIAGE BY AIRCRAFT ACCORDING TO THE APPLICABLE INTERNATIONAL REGULATIONS.			
DSV-6L ECUADOR Signature of Shipper or its Agent			
12/07/2016		GUAYAQUIL, EC	
L. BEÑAFIEL		NAME AND SIGNATURE OF ISSUING CARRIER OR ITS AGENT	
ORIGINAL 2 (FOR SHIPPER)			

Fuente: (Torres y Torres Agentes de Aduana, 2016)

4.1.8.3.2 Proceso de una exportación a través de Exporta Fácil

En el caso de las exportaciones a través del Sistema Exporta Fácil una vez que la mercancía es embarcada se puede dar seguimiento a través del tracking de cada Courier.

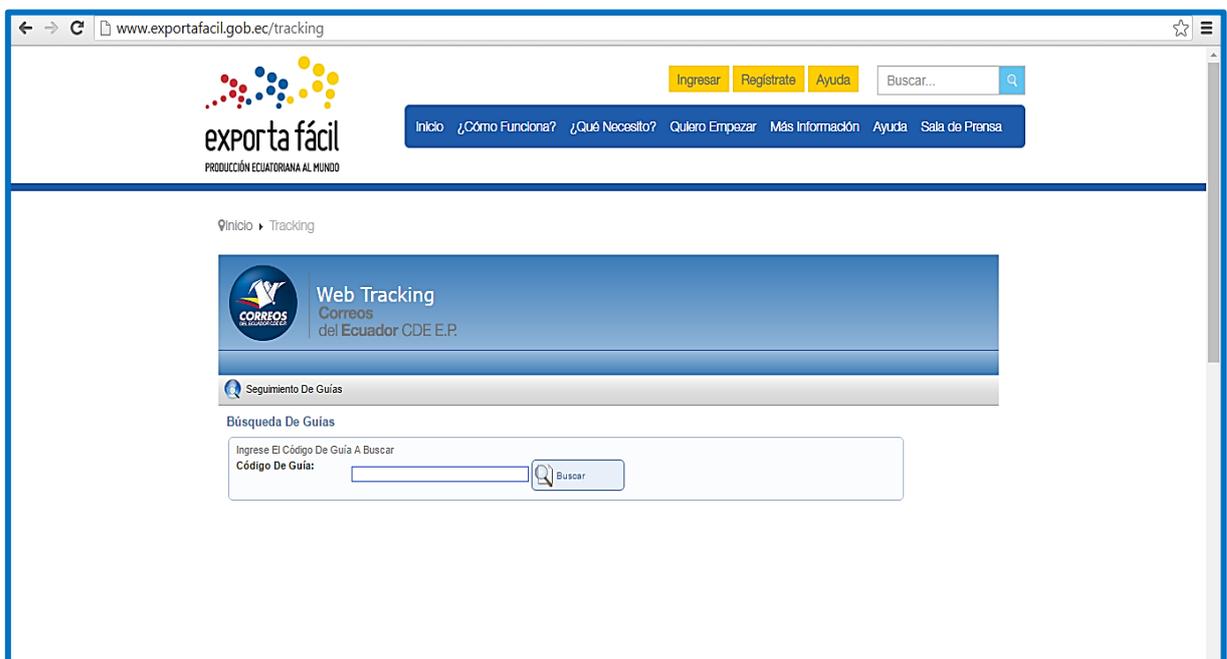
En el caso de EMS una vez que la mercancía se le asignó un código de barras mismo que se detalla en la Guía del envío se puede dar seguimiento a través de la página web hasta su destino final.

En el caso de Correos del Ecuador también se puede dar seguimiento de la carga a través de la página web mediante el tracking.

A Continuación se muestra una imagen del tracking de rastreo de Correos del Ecuador.

IMAGEN 55

Tracking de Correos del Ecuador



Fuente: Exporta Fácil (Exporta Fácil Gob, 2016)

4.2 INVERSION FINANCIERA.

4.2.1 INVERSIÓN INICIAL

El Análisis Financiero que hemos realizado indica que el monto inicial como inversión que se necesita para dar inicio al proyecto es de \$1000 Aprox por cuanto se trata de una microempresa Online la que se aconseja crear para poder exportar el producto y darlo a conocer en el mercado externo. Se dejará un valor de \$150.00 para gastos imprevistos. El valor de la inversión lo asume el exportador de su capital propio.

Tabla # 26
Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO		
	DETALLE	VALOR
1	Útiles de Oficina	\$ 50.00
2	Equipos de Computación	\$ 500.00
3	Capital de trabajo	\$ 500.00
4	Varios	\$ 150.00
TOTAL		\$ 1200.00

Elaborado por: La Autora

4.1.3 PRECIO DEL PRODUCTO

Para determinar el precio del producto en el mercado externo debemos considerar los gastos internos en los que se incurra para realizar la exportación.

Tabla # 27
Precio de Compra

EXPORTACIÓN DE LA HOJA DE GUANABANA	
Precio de compra de las Hojas por cada Kilo	\$10.00
Empaque x cada 10 kilos	\$5.40
Total	\$105.40

Elaborado por: La Autora

El exportador va adquirir directamente al productor la Hoja de Guanábana en este caso a la Sra. Vanessa Jiménez cuya producción está localizada en la provincia de Manabí

en la parroquia Flavio Alfaro, la hoja la entregará limpia y seca por un valor de 0.01 la unidad, en un kilo se contabilizan 1000 unidades debido a que el peso por hoja es de 1 gramo Aprox por lo que el costo por kilo sería de \$10.00.

Precio de Venta en el Mercado Externo:

En el mercado externo en la página Ebay una plataforma de venta de Estados Unidos los precios oscilan desde \$11 por cada 100 hojas hasta \$29.99 por cada 300 hojas, por lo que hemos considerado ingresar al mercado con un precio relativamente menor de \$30.00 por cada 500 hojas para poder atraer al mercado meta.

IMAGEN 56

Precio de Venta en el mercado Externo

The screenshot shows an eBay product listing. On the left is a photograph of a large, clear plastic bag filled with dried green leaves. The bag has a label that reads 'Guanabana ORGANIC Sourop Guanabana Air Dried Leaves'. The text on the label also says 'Naturally grown Hand picked from wild growing trees. Harvest from the 2012-2013 season. 100 Leaves'. To the right of the image is the product title: 'Orgánicos hojas de té 100 Piezas. aire seco Guanabana O Graviola / guyabano / guanábana'. Below the title, it says 'Vendedor: 778tina2012 (977) 100% Comentarios positivos'. The listing shows a quantity of 1, a price of CAD11.85 (approximately US \$9.16), and a 'Comprar ahora!' button. It also indicates '50 vendido(s)', 'Más de 69% vendidos', and 'Usuario antiguo'. Shipping information includes 'Envío: CAD12.00 (aprox. US \$9.27) Small Packets - Internacional - Air' and 'Entrega: Puede variar para artículos enviados desde otros países'.

Fuente: Ebay (Ebay, 2016)

The screenshot shows another eBay product listing. On the left is a photograph of a clear plastic bag filled with dried green leaves. The bag has a label that reads 'pure graviola'. To the right of the image is the product title: '300 de aire seco de hojas de guanábana, Pure guanábana (graviola) leaves.organic'. Below the title, it says 'Vendedor: organicsourso (42) 100% Comentarios positivos'. The listing shows a quantity of 1, a price of US \$29.99, and a 'Comprar ahora!' button. It also indicates 'Cantidad restante limitada', 'Más de 59% vendidos', and 'Envío gratis'. Shipping information includes 'Envío: GRATIS Standard Int'l Shipping' and 'Entrega: Puede variar para artículos enviados desde otros países'.

Fuente: Ebay (Ebay, 2016)

4.1.4 PROYECCIÓN DE VENTAS

El exportador estima vender a sus diferentes importadores a un precio de 0.06 la hoja es decir cada kilo conteniendo 1000 unidades a \$ 60.00, estableciendo un volumen de venta de 30 kilos mensuales, se realiza proyección de ventas por 5 años estimando un crecimiento del 5.00 % anual, se detalla en la Tabla #28.

Tabla #28

Proyección de Ventas Mensual

PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUALES				
Hoja de Guanábana				
		CANT	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS
ENERO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
FEBRERO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
MARZO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
ABRIL		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
MAYO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
JUNIO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
JULIO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
AGOSTO		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
SEPTIEMBRE		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
OCTUBRE		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
NOVIEMBRE		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
DICIEMBRE		30 kilos	\$ 60.00	\$ 1800.00
TOTAL CANTIDADES		360 kilos	TOTAL ANUAL	\$ 21.600.00

Elaborado por: La Autora

4.1.5 PRODUCCIÓN Y COSTO DE VENTAS

Se estima exportar 360.000 hojas al año lo que da un total de 360 kilos por lo cual vamos a realizar una proyección a 5 años de la producción con un incremento del 5% anual.

Tabla #29

Proyección de producción a 5 años

ESTIMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN A 5 AÑOS			
PERIODO ANUAL	UNIDADES PROD. POR AÑO	PRODUCCION EN KILOS	INCREMENTO
1	360.000	360	0
2	378.000	378	5%
3	396.900	396.90	5%
4	416.750	416.75	5%
5	437.590	437.59	5%

Elaborado por: La Autora

4.1.6 ESTIMACIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS

Se estima incrementar el precio por kilo en un 5% cada año para realizar un valor estimado de las ventas a 5 años.

Tabla #30

Proyección de ventas a 5 años

PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS				
AÑO	CANT. UNID.	CANT. KILOS	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS
AÑO 1	360.000	360	\$ 60.00	\$ 21.600,00
AÑO 2	378.000	378	\$ 63.00	\$ 23.814.00
AÑO 3	396.900	396.90	\$ 66.15	\$ 26.254.94
AÑO 4	416.750	416.75	\$ 69.46	\$ 28.946.07
AÑO 5	437.590	437.59	\$ 72.93	\$ 31.913.04
			TOTAL	\$ 132.528,05

Elaborado por: La Autora

4.1.7 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

COSTOS FIJOS:

Se conoce como costos fijos a aquellos que no varían ante los niveles de producción entre estos se puede detallar los siguientes:

- Pago de Luz
- Teléfono
- Pago de Renta
- Pagos de Salarios

COSTOS VARIABLES:

El costo variable es aquel que varía de acuerdo al volumen de la producción.

Como ejemplos de los costos variables podemos detallar:

- Materia Prima
- Mano de Obra asociada a la producción
- Amortización de maquinarias
- Empaque y embalaje
- Consumo de energía eléctrica de acuerdo a la producción

En las Tablas #31 y #32 se detallan los costos fijos y costos variables mensuales que la empresa tendrá por la venta del producto.

Tabla #31

Costos Fijos del Proyecto

DETALLE DE COSTOS FIJOS MENSUALES	
SERVICIO DE INTERNET	\$40.00
ENERGIA ELECTRICA	\$15.00
SERVICIOS PRESTADOS ADMINISTRACIÓN	\$400.00
TOTAL	\$455.00

Elaborado por: La Autora

Tabla #32

Costos Variables del Proyecto

DETALLE DE COSTOS VARIABLES MENSUALES	
COMPRA DE MATERIA PRIMA	\$ 300.00
DOCUMENTACION PREVIA	\$ 60.00
GASTOS DE ENVÍO (2 ENVÍOS)	\$274.60
GASTOS DE EMBALAJE	\$10.80
TRANSPORTE INTERNO	\$20.00
TOTAL	\$665.40

Elaborado por: La Autora

En las tablas #33 y #34 se detallan los costos fijos y costos variables anuales que la empresa tendrá por la venta del producto.

Tabla #33

Costos Fijos del Proyecto

DETALLE DE COSTOS FIJOS ANUALES	
SERVICIO DE INTERNET	\$480.00
ENERGIA ELECTRICA	\$180.00
SERVICIOS PRESTADOS ADMINISTRACIÓN	\$4800.00
TOTAL	\$5460.00

Tabla #34

Costos Variables del Proyecto

DETALLE DE COSTOS VARIABLES ANUALES	
COMPRA DE MATERIA PRIMA	\$ 3600.00
DOCUMENTACION PREVIA	\$ 720.00
GASTOS DE ENVÍO (2 ENVÍOS)	\$3295,20
GASTOS DE EMBALAJE	\$129.60
TRANSPORTE INTERNO	\$240.00
TOTAL	\$7984.80

Elaborado por: La Autora

4.1.8 ESTIMACIÓN DE LOS GASTOS A 5 AÑOS

Se realiza una estimación con un 5% de incremento anual en los costos fijos y variables.

Tabla #35 Proyección de Costos Variables a 5 años

PROYECCIÓN DE COSTOS VARIABLES A 5 AÑOS					
DETALLE DE COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COMPRA DE MATERIA PRIMA	3600,00	3780,00	3969,00	4167,45	4375,82
DOCUMENTACION PREVIA	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
GASTOS DE ENVÍO (2 ENVÍOS)	3295,20	3459,60	3632,96	3814,61	4005,34
GASTOS DE EMBALAJE	129,60	136,08	142,88	150,03	157,53
TRANSPORTE INTERNO	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
TOTALES POR AÑO	7984.80	8384,04	8803,24	9243,40	9705,57
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$44121,06				

Elaborado por: La Autora

Tabla #36

Proyección de Costos Fijos a 5 años

PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS A 5 AÑOS					
DETALLE DE COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIO DE INTERNET	480	504	529,2	555,66	583,44
ENERGIA ELECTRICA	180	189	198,45	208,37	218,79
SERVICIOS PRESTADOS ADMINISTRACIÓN	4800	5040	5292	5556,6	5834,43
TOTALES POR AÑO	5460	5733	6019,65	6320,63	6636,66
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 30169,95				

Elaborado por: La Autora

Tabla #37

TOTAL COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

PROYECCIÓN DE COSTOS FIJOS A 5 AÑOS					
DETALLE DE COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	480	504	529,2	555,66	583,44
COSTOS VARIABLES	180	189	198,45	208,37	218,79
TOTALES POR AÑO	5460	5733	6019,65	6320,63	6636,66
TOTAL COSTOS A 5 AÑOS	\$ 74291.01				

Elaborado por: La Autora

Tabla #38

TOTAL VENTAS A 5 AÑOS

VENTAS (INGRESOS)						
AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTALES
TOTALES	21600	23814	26254,94	28946,07	31913,04	132528,05

Elaborado por: La Autora

4.1.9 FÓRMULA DEL VALOR ACTUAL NETO

IMAGEN #57

FÓRMULA VAN

$$VPN = \frac{FE_t}{(1+i)^t}$$

donde:
 VPN = Valor Presente Neto del proyecto
 FE = Flujo de Efectivo en el periodo t
 i = Tasa de interés o costo de oportunidad
 t = Periodo

Fuente: (TIEE, 2016)

Tabla #39

CALCULO DEL VAN (VALOR ACTUAL NETO)

VAN			
AÑOS	INVERSION	INGRESOS	VAN
0	-1200,00		
1	0	\$ 8155,20	\$ 7091,48
2	0	9696,96	7332,29
3	0	11432,05	7516,76
4	0	13382,03	7651,22
5	0	15570,80	7741,44
TOTAL	VALOR ACTUAL NETO		\$ 37333,19

Elaborado por: La Autora

4.1.10 CÁLCULO DE LA TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

Tabla #40 TIR

TIR	
AÑOS	
INVERSION	-1200,00
1	8155,20
2	9696,96
3	11432,05
4	13382,03
5	15570,80
TMAR	15%
VAN	\$ 37.333,19
TIR	698%

Elaborado por: La Autora

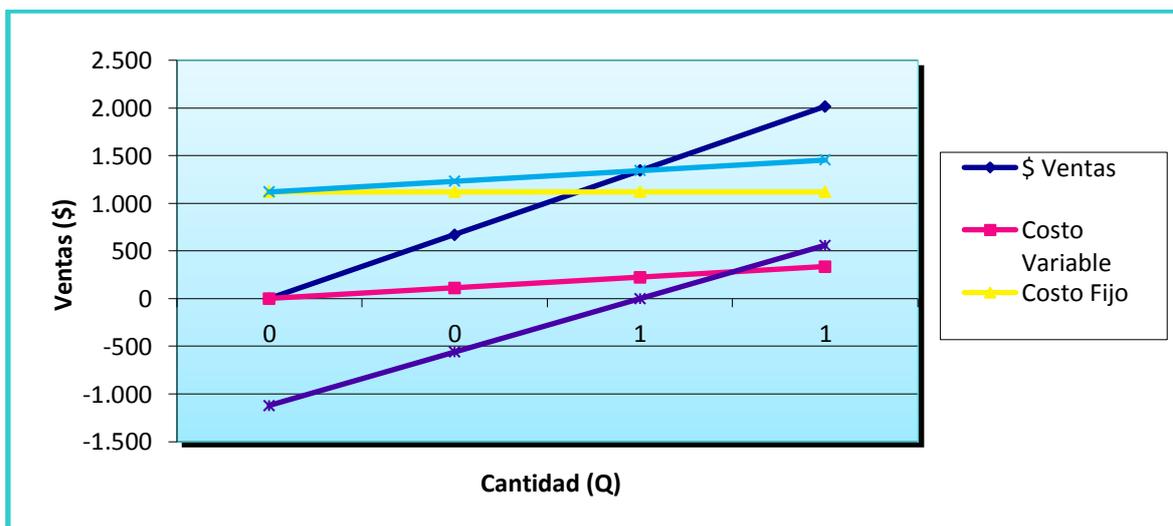
4.1.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla #41
Datos Punto de Equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	1.800,00
Coste Unitario	300,00
Gastos Fijos Mes	1.120,00
Pto. Equilibrio	1
\$ Ventas Equilibrio	1.344

Elaborado por: La Autora

FIGURA # 16
PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: La Autora

4.2 CONCLUSIONES

Al culminar este proyecto se ha podido recopilar información relevante para que aquellos productores y exportadores de la Guanábana puedan dar inicio a la exportación de la hoja de guanábana hacia el mercado de Estados Unidos.

En el análisis realizado al mercado meta Texas-Estados Unidos a 272 personas de edades comprendidas entre los 18 a 64 años, se pudieron evidenciar resultados muy favorables para la venta de este producto desde Ecuador ya que el 100% de los encuestados ha consumido o consume plantas medicinales además el 76% de la población analizada indicó haber consumido la guanábana en diferentes presentaciones por su delicioso sabor y por sus beneficios para la salud por lo cual se considera una oportunidad de mercado.

Que podemos competir con países como el país vecino Perú debido a que contamos con la capacidad de producción y el precio competitivo, se exportará el producto a un precio de 0.06 por hoja es decir \$60.00 por kilo (1000 hojas) y en el mercado de Estados Unidos los precios fluctúan a partir de \$13.00 por cada 100 hojas.

Con una inversión de \$1200 se puede iniciar la exportación de este producto porque las hojas se pueden conseguir de manera directa a través de los productores a un valor de 0.01 la hoja ya que para ellos este producto no tiene relevancia su venta en el mercado interno.

A través del programa Exporta Fácil aquellos pequeños y medianos productores pueden incursionar a realizar una exportación en cantidades pequeñas para llevar su producto a un nuevo mercado sin necesidad de intermediarios, considerando que el peso máximo es de hasta 30 kilos y \$5000 dólares FOB.

Existen instituciones gubernamentales como Proecuador que brindan apoyo y capacitación a aquellos potenciales exportadores, además cuentan con información fundamental de mercados que se encuentran en busca de proveedores.

4.3 RECOMENDACIONES

Se recomienda incursionar en las primeras exportaciones a través de Exporta fácil.

Una vez ingresado al mercado internacional hacer un seguimiento continuo de las necesidades del consumidor.

Actualizar periódicamente la presentación del producto de acuerdo a los requerimientos y exigencias del mercado.

Capacitación técnica constante a los productores para ofrecer un producto de excelente calidad al mercado.

4.4 BIBLIOGRAFÍA

- Austrofoods. (05 de Julio de 2016). Obtenido de <http://www.wanabana.com.ec/site/nosotros.html>
- (08 de Julio de 2016). Obtenido de Euroinnova: www.euroinnova.edu.es
- Aduana del Ecuador. (18 de Diciembre de 2013). Boletines Aduaneros. Recuperado el 10 de Enero de 2016, de <http://www.aduana.gob.ec/>
- Aduana del Ecuador. (02 de Junio de 2016). Obtenido de Procedimiento para Oces: http://www.aduana.gob.ec/pro/for_oces.action
- Aduana del Ecuador. (01 de Marzo de 2016). Requisitos para Exportar. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Agencia Publica de Noticias del Ecuador Suramérica. (28 de Enero de 2016). La horchata bebida tradicional. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/horchata-bebida-tradicional-sur-ecuador-abre-campo-mundo.html>
- Agestic. (Julio de 2015). Agestic.org. Recuperado el Enero de 2016, de <http://www.agnostic.org/>
- Agriculture, U. S. (Agosto de 2016). United States Department of Agriculture . Obtenido de United States Department of Agriculture : www.aphis.usda.gov
- Agrocalidad. (05 de Julio de 2016). Obtenido de Registro de operadores Sanidad Vegetal: <http://www.agrocalidad.gob.ec/registro-de-operadores-de-exportacion/>
- Aliexpress.com. (05 de Mayo de 2016). Aliexpress.com. Obtenido de <http://es.aliexpress.com/item/Fruit-seeds-Graviola-Soursop-Guanabana-Annona-Muricata-Tropical-Seed-5pcs-lot/32513008747.html>
- American Fact Finder. (14 de 08 de 2016). Obtenido de <http://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?src=CF>
- Banco Central del Ecuador. (2016). Estadísticas de Comercio Exterior. Guayaquil.
- Barreno Benavides, L. E. (2004). Manual de formulación y evaluación de proyectos. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha.
- Botanical Online. (01 de Junio de 2016). Historia de las Plantas Medicinales. Obtenido de <http://www.botanical-online.com/medicinalesprincipioshistoria.htm>
- Cáncer Vg. (Junio de 2016). Recursos e Información del Cáncer. Obtenido de <http://www.cancer.vg/es/annonamuricata-guanabana-graviola>
- Census United States. (05 de Junio de 2016). Obtenido de <https://www.census.gov/easystats/>
- Churruca, A. (2014). Negociacion Internacional Estrategias y Casos. Piramide.
- Comunidad Todo Comercio Exterior. (25 de Octubre de 2015). Todo Comercio Exterior. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaracion-aduanera-simplificada-de-exportacion>

COPCI. (2010). En O. Registro. Registro Oficial.

COPCI Reglamento. (05 de Abril de 2011). Guayaquil: Registro Oficial.

Crecen Negocios. (08 de Junio de 2016). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>

Cuida Tu Futuro. (02 de Julio de 2016). Obtenido de Banco Solidario:
<http://www.cuidatufuturo.com/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador-2/>

Derecho Ecuador. (02 de 06 de 2016). Obtenido de Sociedad Anónima :
<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>

Despertar, E. N. (SN de SN de 2015). . Recuperado el Noviembre de 2015, de
<https://elnuevodespertar.wordpress.com>

Ebay. (07 de Julio de 2016). Obtenido de
http://www.ebay.com/sch/i.html?_from=R40&_trksid=p2050601.m570.11313.TR0.TRC0.H0.XHOJAS+DE+GUANABANA.TRS0&_nkw=HOJAS+DE+GUANABANA&_sacat=0

Ecured. (05 de Junio de 2016). Obtenido de http://www.ecured.cu/Uso_de_plantas_medicinales

Edición, G. B.-6., & Baca Urbina, G. (2015). Evaluación de proyectos.

Enfoque de la Investigación . (05 de Junio de 2016). Obtenido de
<http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.com/2013/05/enfoques-de-la-investigacion.html>

Estadísticas BCE. (05 de Mayo de 2016). Banco Central Ecuador Estadísticas. Obtenido de
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Indicegeneral.htm>

Eukalivio. (05 de Junio de 2016). Obtenido de
<http://eukaliviorrodas.blogspot.com/2013/05/proceso-de-produccion.html>

Exofrut. (01 de Mayo de 2016). Recuperado el 2016, de <http://www.exofrut.com>

Exporta Fácil Gob. (2016). Exporta Fácil. Obtenido de Exporta Fácil:
<http://www.exportafacil.gob.ec/quiero-empezar>

Foda, M. (15 de Julio de 2016). Matriz Foda. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Forms, G. (20 de Junio de 2016). Google Forms. Obtenido de Google Forms:
https://docs.google.com/forms/d/1BH98AEVpOaIh5_2MWj3d4jesqxYt5ZsiMnzBDkadnbk/viewform

Fresh Place. (Julio de 2016). Obtenido de <http://www.freshplaza.com/article/105668/Italy-2012-a-difficult-year-for-the-leafy-vegetables,-due-to-rising-costs>

Frutales, S. A. (05 de Mayo de 2016). Obtenido de
<http://www.sabelotodo.org/agricultura/frutales/guanabana.html>

- Gerencie.com . (Julio de 2014). . Recuperado el Enero de 2016, de <http://www.gerencie.com/divisa.html>
- Google Maps. (08 de Abril de 2016). Google. Obtenido de <https://maps.google.com.ec/>
- Grandes Pymes. (08 de Junio de 2016). Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>
- <http://metodologia02.blogspot.com/metodos-de-la-investigacion.html>. (Sn de Julio de 2010). Recuperado el 25 de Noviembre de 2015, de SN: <http://metodologia02.blogspot.com/metodos-de-la-investigacion.html>
- <http://www.corpei.org/>. (SN de SN de 2015). Recuperado el 01 de Noviembre de 2015, de <http://www.corpei.org/>: <http://www.corpei.org/>
- INEC. (05 de Mayo de 2016). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria. Obtenido de <http://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/266/variable/V3079>
- INIAP, I. N. (Abril de 2015). INIAP. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/rguanabana>
- Inkaroma. (10 de Julio de 2016). Obtenido de <http://plataforma.inictel-uni.edu.pe/website.php/blog/inkaroma/articulo/comercializacion-23>
- Innatia, C. (05 de Mayo de 2016). <http://compras.innatia.com>. Obtenido de <http://compras.innatia.com>
- Lideres, R. (01 de Junio de 2016). Horchata busca consolidar su consumo en el extranjero. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/horchata-busca-consolidar-consumo-extranjero.html>
- LLamazares, O. (2011). Aspectos Clave de la Negociacion Internacional (2ª ED). España: ICEX .
- LLamazares, O. (2011). Como Negociar con Exito en 50 Países. España: S.L. GLOBAL MARKETING STRATEGIES.
- Macueconomia. (13 de Marzo de 2011). Recuperado el Enero de 2016, de <http://inma-economia.blogspot.com>
- Marcano, J. E. (SN de SN de 2009-2014). Recuperado el 29 de Noviembre de 2015, de <http://www.jmarcano.com/mipais/recursos/alimentos/guanabana.html>
- Maria, L. (2000). Incoterms 2000.
- Mercado Libre Mexico. (05 de Junio de 2016). Arbolito De Guanábana Annona Muricata. Obtenido de http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-559194137-arbolito-de-guanabana-annona-muricata-_JM
- Ministerio de Agricultura Ganaderia Acuicultura y Pesca. (05 de Noviembre de 2015). Magap. Recuperado el 2015, de <http://www.agricultura.gob.ec/>

- Ministerio de Industrias y Productividad. (05 de Enero de 2016). . Recuperado el 2016, de <http://www.industrias.gob.ec/>
- Natursan.net. (Enero de 2015). Natursan.net. Obtenido de <http://www.natursan.net/como-hacer-una-infusion-de-hojas-de-guanabana/>
- Negocios, C. (14 de Julio de 2014). Crece Negocios . Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- NETQUEST. (SN de SN de 2014). Recuperado el 29 de Noviembre de 2015, de <http://www.netquest.com/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito/>
- Plaza Sai baba. (09 de Julio de 2016). Obtenido de <http://www.saibaba-ec.com/nuestros-clientes.html>
- PROEcuador. (SN de SN de 2015). <http://www.proecuador.gob.ec/wp->. Recuperado el 21 de Noviembre de 2015, de PROEcuador: <http://www.proecuador.gob.ec/wp->
- ProEcuador. (Diciembre de 2015). ProEcuador. Recuperado el 15 de Enero de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Proecuador. (2015). Proecuador Guía del Exportador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- ProEcuador Exporta Fácil. (Julio de 2014). ProEcuador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/modulo-3-2-exporta-facil-2014/>
- Proecuador Registro Exportador. (05 de Junio de 2016). Obtenido de www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/GuiaExportador.pdf
- Profrutas. (03 de Abril de 2016). Natutropic. Obtenido de <http://www.natutropic.com/paginas/contact.html>
- Prominent. (05 de Julio de 2016). Obtenido de : http://www.prominent.es/desktopdefault.aspx/tabid-1503/1720_read-45190/
- Pudeleco Editores S.A. (2014). Arancel de Importaciones Integrado del Ecuador. Pudeleco Editores S.A.
- Ramos, F. J. (2015). Business & Economics. Web google.
- Revista Lideres. (Marzo de 2016). Lideres Revista. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-guanabana-mercados-exportacion.html>
- Revista Tierra Adentro. (SN de SN de 2016). Recuperado el SN de 01 de Noviembre, de Manejo y cultivo de la hoja de guanabana: <http://www.revistatierraadentro.com/index.php/agricultura/186-la-guanabana-cultivo-y-manejo>
- SANA, V. (01 de 05 de 2016). LA MILAGROSA GUANABANA. Obtenido de LA MILAGROSA GUANABANA: <http://vidasana.sv/la-milagrosa-guanabana/>

Santander Trade Portal. (05 de Junio de 2016). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>

Sistema Integrado de Comercio Exterior. (Diciembre de 2015). Producto de Exportación Hoja de Guanabana. Recuperado el 01 de Febrero de 2016, de www.siicex.gob.pe

Soursop.leaves. (Mayo de 2016). Soursop.leaves. Obtenido de Hojas de Guanabana wordpress: <https://hojasdeguanabana.wordpress.com/>

Survey, A. C. (18 de Junio de 2016). American Community Survey. Obtenido de <https://www.census.gov/easystats/>

TIIE. (Agosto de 2016). Obtenido de Valor Presente Neto: <http://tiie.com.mx/valor-presente-neto/>

Torres y Torres Agentes de Aduana. (04 de Junio de 2016). Obtenido de <http://www.torresytorres.com/>

TradeMap. (01 de Julio de 2016). Recuperado el Julio de 2016, de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx

VG, C. (SN de SN de 2014). <http://cancer.vg/es/annona-muricata-guanabana-graviola>. Recuperado el 29 de Noviembre de 2015, de <http://cancer.vg/es/annona-muricata-guanabana-graviola>: <http://cancer.vg/es/annona-muricata-guanabana-graviola>

Wanabana. (06 de Abril de 2016). Wanabana. Obtenido de <http://www.wanabana.com.ec/site/enviar.php>