



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

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

TEMA:

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ
ECUATORIANO, AL MERCADO CHINO”.

Tutora:

ECON. MARTHA BALANZATEGUI YÉPEZ, ESP.

Autor:

Carlos Alberto Garaicoa Mejia

GUAYAQUIL 2016

REPOSITORIO



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TITULO Y SUBTITULO: PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ ECUATORIANO, AL MERCADO CHINO.	
AUTOR/ES: Carlos Alberto Garaicoa Mejia	REVISORES:
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	FACULTAD: ADMINISTRACIÓN
CARRERA: CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PÁGS.: 92
ÁREAS TEMÁTICAS: plan de exportación	
PALABRAS CLAVE: Desarrollo, Diseño, Exportación	
RESUMEN: <p>El presente trabajo de titulación, posee por problemática el cómo se constituyó al progreso económico de los productores de la parroquia La Unión Esmeraldas a través del desarrollo de un Plan de Exportación, se realizó la producción y posterior venta de concentrado de maracuyá en el mercado de Shanghái; se definió que la exportación es la salida de productos desde el país de origen, en función que dicho producto sea negociado en plazas internacionales, el diseño del plan de exportación fue estructurado en base a los procesos a efectuar para realizar una exportación; el objetivo del presente trabajo corresponde a desarrollar un plan de exportación mediante el uso de la normativa legal de aduanas y el análisis de la oferta y la demanda, para el progreso económico de la zona, permitiendo el desarrollo productivo de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas. El método científico, fue de gran ayuda para la aplicación de instrumentos como la encuesta que se elaboró a 384 habitantes de Shanghái a fin de obtener los datos necesarios para interpretar la demanda del producto bajo estudio.</p>	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	
ADJUNTO URL (tesis en la web):	

DEJAR VACÍO		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	N <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES:	Teléfono: 0990655224	E-mail: garaicoamejia@hotmail.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 MAE Teléfono: 2596500 EXT. 264 jaroca@ulvr.edu.ec	

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El egresado Carlos Alberto Garaicoa Mejia, 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 (“PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ ECUATORIANO, AL MERCADO CHINO”).

Autor(es)(as):

C.I. -----

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación “PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ ECUATORIANO, AL MERCADO CHINO”., 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: “PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ ECUATORIANO, AL MERCADO CHINO” presentado por el estudiante Carlos Alberto Garaicoa Mejia como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación

Firma:

Econ. Martha Balanzategui Yopez

C.I. -----

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis ÚLTIMO concentrado de maracuya .docx
(D23394802)
Submitted: 2016-11-17 03:25:00
Submitted By:
Significance: 4 %

Sources included in the report:

2 encabezado.docx (D22384183)
CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES.docx (D12743760)
CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA (MALORI CARVAJAL).docx (D10850003)
EBLY.docx (D12742194)
DIAPPOSITIVAS ADRI PUMA.pptx (D15718448)
Metodología PI.docx (D14712917)
que es metodologia d.docx (D14713643)
CRIS4.docx (D15331762)
Metodologia de la investigacion hoy 03.06.15.docx (D14715042)
PROYECTO INTEGRADOR 1- metodologia de la investi.docx (D14715209)
Ensayo del segundo parcial. Carla Vergara.docx (D14894872)
Ensayo del segundo parcial. Carla Vergara.docx (D14894847)
Ensayo del segundo parcial. Carla Vergara.docx (D14894856)
Ensayo del segundo parcial. Carla Vergara.docx (D14894855)
MERCEOLOGÍA JAMON.docx (D15012383)
<http://documents.mx/documents/plan-estrategico-2004-2013.html>
<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/banco-bladex-anuncia-emision-bonos-pais-327498>
<http://docplayer.es/12073985-1-aspectos-generales-1-1-1-indicadores-1-1-2-acuerdos-comerciales-suscritos-1-2-comercio-exterior-4.html>
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2003/BOE-A-2003-21615-consolidado.pdf>
<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/7.1-Ecuador-Aduanas-PROCESO-DE-AFORO-PARA-SAOS.pdf>
<http://definicion.de/pulpa/>
<http://estudiodefacticibilidadyproyectos.blogspot.com/>
<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
<http://concepto.de/comercio-exterior/>
<http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/desarrollo-sostenible.php>
<http://www.ecofinsa.com/maracuya.html>
<http://www.monografias.com/trabajos62/manual-exportacion-ecuador/manual-exportacion-ecuador.shtml>
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_GC2015_CHINA1.pdf
<http://www.cancilleria.gob.ec/gobiernos-de-ecuador-y-china-firmaron-siete-convenios-bilaterales-en-cooperacion-comercio-y-seguridad/>
<http://www.proecuador.gob.ec/glossary/partida-arancelaria/>
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC_PPM2013_PULPASDEFRUTAS_CHINA_I.pdf

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mí convivir diario; por cuidarme y darme fortaleza para continuar, a mis tres hijos Carlos, Gianella y Arianna que son los pilares fundamentales en mi vida, a mi esposa Susana mi compañera inseparable, ella representa el gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio. Gracias a mi familia por estar junto a mí en este gran paso en mi carrera profesional.

Carlos Alberto Garaicoa Mejía.

AGRADECIMIENTO

Brindo mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que hicieron posible la realización y culminación de este proyecto.

A mis padres, quienes saben siempre darme las palabras de apoyo que necesito para enfrentar las adversidades de lo cotidiano.

A mis hijos y esposa por entenderme y apoyarme en mis ausencias porque el deber me llamaba.

A la Universidad Laica Vicente Roca fuerte, mis maestros y directivos, a quienes puedo decir que su labor fue bien realizada y que éste logro no termina aquí, éste es sólo un peldaño más en el ascenso de mi vida profesional.

A todos ellos..... **¡MUCHAS GRACIAS!**

Carlos Alberto Garaicoa Mejía.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
Resumen	xx
Abstract	xxi
Introducción	1
CAPÍTULO I	2
1.1. Tema:	2
1.2. Planteamiento del problema	2
1.3. Formulación del problema	3
1.4. Sistematización del problema	3
1.5. Objetivos de la investigación	4
1.5.1. Objetivo General:	4

1.5.2. Objetivos Específicos:	4
1.6. Justificación de la investigación	4
1.7. Delimitación del problema	6
1.7.1. Delimitación.....	6
1.7.2. Alcance	7
1.8. Hipótesis	7
1.9. Variables de la investigación	7
CAPÍTULO II.....	8
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.1. Antecedentes referenciales y de investigación	8
2.2. Marco Teórico Referencial.....	10
2.2.1. Maracuyá Origen	10
2.2.1.1. Historia.....	10
2.2.1.2. Condiciones ambientales.....	11
2.2.2. Producción y comercialización del concentrado de maracuyá	12
2.2.2.1. Concentrado de maracuyá.....	12
2.2.2.2. Mercado.....	12
2.2.3. Teorías económicas.....	13
2.2.3.1. Teorías tradicionales del comercio.....	13
2.2.3.2. Teorías modernas del comercio internacional.....	14

2.3.	Análisis económico del concentrado de Maracuyá	15
2.3.1.	Países exportadores de concentrado de maracuyá	15
2.3.2.	Países importadores de concentrado de maracuyá.....	15
2.4.	Estadísticas sobre el concentrado de maracuyá.....	16
2.4.1.	Estadísticas de producción.....	16
2.4.2.	Estadísticas de exportación.....	18
2.4.3.	Estadísticas de importación y precios de concentrado de maracuyá en el Mercado de China	20
2.5.	Aspectos del comercio exterior	22
2.5.1.	Guía para exportar.....	22
2.5.1.1.	¿Qué es exportar?.....	22
2.5.2.	Requisitos para exportar	22
2.5.2.1.	Registro del exportador	22
2.5.2.2.	Documentos pre-embarque	23
2.5.2.3.	Datos en la DAE.....	23
2.5.3.	Cadena logística de exportación	24
2.5.4.	Referencias de la Parroquia La Unión- Esmeraldas	27
2.5.5.	Referencias de Shanghái	28
2.5.5.1.	Ubicación de Shanghái.....	28
2.5.6.	Protocolos de negociación	29

2.5.7.	Condiciones de compra y de pago	30
2.5.7.1.	Condiciones de compra	30
2.5.7.2.	Condiciones de pago	30
2.5.8.	Principales productos importados y países proveedores.....	31
2.5.9.	Convenios comerciales entre Ecuador y Shanghái	32
2.5.10.	Partida arancelaria sugerida	32
2.6.	Marco Legal.....	33
2.7.	Marco Conceptual.....	37
Capítulo III		40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		40
3.1.	Tipos de investigación	40
3.2.	Métodos de Investigación.....	40
3.2.1.	Enfoque de investigación.....	40
3.2.2.	Diseño de estudio.....	41
3.3.	Población y Muestra	41
3.4.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	43
3.5.	Presentación de Resultados encuesta a pobladores de Shanghái.....	45
3.6.	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta a los habitantes de Shanghái-China.	57
Capítulo IV		58

Propuesta	58
4.1. Título de la Propuesta.....	58
4.2. Justificación de la Propuesta.....	58
4.3. Importancia de la propuesta.....	59
4.4. Objetivo General de la Propuesta	59
4.5. Proceso de exportación comprendido en la propuesta.....	60
4.6. Plan de exportación	60
4.6.1.1. Requisitos para exportar.....	61
4.6.1.2. Documentos pre-embarque	63
4.6.1.3. DAE.....	63
4.6.1.4. Negociación de tarifa de exportación.....	64
4.6.1.5. Embarque	64
4.6.1.6. Etapa Post-Embarque	66
4.6.1.7. Medio de transporte.....	66
4.6.1.8. Unidad de transporte	67
4.7. Localización.....	68
4.8. Logística de exportación.....	69
4.8.1. Condiciones del transporte.....	69
4.8.2. Negociación de INCOTERM.....	70
4.8.3. Negociación de la forma de pago.....	70

4.8.4.	Empaque, etiquetado y embalaje del producto	70
4.9.	Análisis del producto en el mercado objetivo y plan de marketing.....	73
4.9.1.1.	Ficha del producto.....	73
4.9.1.2.	Partida arancelaria sugerida	74
4.9.1.3.	Análisis del producto en el mercado de China.....	74
4.9.1.4.	Canal de distribución.....	75
4.9.1.5.	Marketing mix	75
4.9.1.6.	Ficha del mercado bajo estudio.....	77
4.9.1.7.	Materiales y materias primas.....	78
4.10.	Demanda	78
4.11.	Oferta	79
4.12.	Precio	79
4.13.	Fijación de precios	79
4.14.	Gasto de exportación.....	81
4.15.	Presupuesto de ingresos	82
4.16.	Flujo de caja mensual en US\$.....	84
4.17.	Flujo de caja anual en US\$	85
4.18.	Presentación del Producto.....	87
4.19.	Marca	88
4.20.	Impacto/Producto/Beneficio Obtenido	89

4.21. Análisis FODA.....	89
Conclusiones.....	91
Recomendaciones.....	92
1. Bibliografía.....	93
Apéndice A.....	100
Apéndice B.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	6
TABLA 2	15
TABLA 3	17
TABLA 4	19
TABLA 5	20
TABLA 6	21
TABLA 7	28
TABLA 8	31
TABLA 9	33
TABLA 10	45
TABLA 11	46
TABLA 12	47
TABLA 13	48
TABLA 14	49
TABLA 15	50
TABLA 16	51
TABLA 17	52
TABLA 18	53
TABLA 19	54
TABLA 20	55
TABLA 21	56
TABLA 22	67

TABLA 23	72
TABLA 24	73
TABLA 25	74
TABLA 26	77
TABLA 27	78
TABLA 28	80
TABLA 29	80
TABLA 30	81
TABLA 31	82
TABLA 32	83
TABLA 33	83
TABLA 34	84
TABLA 35	85
TABLA 36	86

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. PAÍSES ALREDEDOR DEL MUNDO QUE IMPORTAN CONCENTRADO DE MARACUYÁ FUENTE: (KOO, 2015)	16
ILUSTRACIÓN 2 GRÁFICO DONDE SE EXPLICA LA SUPERFICIE SEMBRADA, LA SUPERFICIE COSECHADA Y LA PRODUCCIÓN DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO POR LOS AÑOS 2010 A 2015 EN CUANTO A LA PRODUCCIÓN NACIONAL DEL PAÍS. FUENTE: SINAGAP.....	17
ILUSTRACIÓN 3. EN LA PRESENTE ILUSTRACIÓN SE DETALLAS LA RELACIÓN EN CUANTO A LA IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ DURANTE EL PERIODO 2010- 2014 EXPRESADAS EN TONELADAS. FUENTE: EMPRESAS PRIVADAS.....	19
ILUSTRACIÓN 4. DELIMITACIÓN ESPACIAL SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: (SHANGHAILOCALGUIDE, 2009).....	29
ILUSTRACIÓN 5 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	45
ILUSTRACIÓN 6 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA	46
ILUSTRACIÓN 7 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	47
ILUSTRACIÓN 8 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	48
ILUSTRACIÓN 9 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	49
ILUSTRACIÓN 10 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE: ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	50

ILUSTRACIÓN 11 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE:	
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	51
ILUSTRACIÓN 12 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE:	
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	52
ILUSTRACIÓN 13 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE:	
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	53
ILUSTRACIÓN 14 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE:	
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	54
ILUSTRACIÓN 15 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE:	
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	55
ILUSTRACIÓN 16 ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA. FUENTE:	
ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DE SHANGHÁI-CHINA.	56
ILUSTRACIÓN 17 PROCESO DE EXPORTACIÓN COMPRENDIDO Y EXPLICADO EN EL PRESENTE	
TRABAJO DE TITULACIÓN. FUENTE: (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2015)	
.....	60
ILUSTRACIÓN 18. REGISTRO EN EL ECUAPASS. FUENTE: (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL	
ECUADOR, 2015)	62
ILUSTRACIÓN 19. DOCUMENTOS DIGITALES QUE ACOMPAÑAN A LA DAE A TRAVÉS DEL	
ECUAPASS. FUENTE: (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2015).	64
ILUSTRACIÓN 20. ELEMENTO DE UNA EMISIÓN. FUENTE: (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL	
ECUADOR, 2015).	64
ILUSTRACIÓN 21. DISTRITOS DEL MEDIO DE TRANSPORTE. FUENTE: (SERVICIO NACIONAL DE	
ADUANA DEL ECUADOR, 2015)	65

ILUSTRACIÓN 22. TRANSMISIÓN DEL DOCUMENTO DE TRANSPORTE FUENTE: (SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR, 2015)	65
ILUSTRACIÓN 23 LOCALIZACIÓN DEL PUERTO DE ESMERALDAS. FUENTE: GOOGLE MAPS	68
ILUSTRACIÓN 24 LOCALIZACIÓN DEL PUERTO DE ESMERALDAS. FUENTE: (GOOGLE MAPS, 2016)	69
ILUSTRACIÓN 25 CANAL DE DISTRIBUCIÓN. FUENTE: INVESTIGACIÓN.....	75
ILUSTRACIÓN 26 PRESENTACIÓN DEL ENVASE DE PLÁSTICO DE 250 GR. FUENTE: INVESTIGACIÓN.	88

Resumen

El presente trabajo de titulación, posee por problemática el cómo se constituyó al progreso económico de los productores de la parroquia La Unión Esmeraldas a través del desarrollo de un Plan de Exportación, se realizó la producción y posterior venta de concentrado de maracuyá en el mercado de Shanghái; se definió que la exportación es la salida de productos desde el país de origen, en función que dicho producto sea negociado en plazas internacionales, el diseño del plan de exportación fue estructurado en base a los procesos a efectuar para realizar una exportación; el objetivo del presente trabajo corresponde a desarrollar un plan de exportación mediante el uso de la normativa legal de aduanas y el análisis de la oferta y la demanda, para el progreso económico de la zona, permitiendo el desarrollo productivo de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas. El método científico, fue de gran ayuda para la aplicación de instrumentos como la encuesta que se elaboró a 384 habitantes de Shanghái a fin de obtener los datos necesarios para interpretar la demanda del producto bajo estudio.

Palabras clave: Desarrollo, Exportación, Progreso

Abstract

The present work, has as problematic to know which is the suitable plan for the export of concentrated Ecuadorian passion fruit, in the market of China, and that at the same time also contributes in the productive development of the farmers of the parish The Union -Esmeraldas, through the design of an Export Plan will be the production and subsequent sale of passion fruit concentrate in the Shanghai market; It was defined that the export is the output of products from the country of origin, depending on whether the product is negotiated in international markets, the design of the export plan was structured based on the processes to be carried out to make an export; The objective of this work is to design an export plan through the use of legal customs regulations and the analysis of supply and demand, to market and position Ecuadorian passion fruit concentrate in the market of China, allowing the productive development Of farmers in the La Unión-Esmeraldas parish. The scientific method was of great help for the application of instruments such as the survey that was prepared to 384 inhabitants of Shanghai in order to obtain the necessary data to interpret the demand of the product under study.

Keywords: Development, Design, Export

Introducción

El gobierno ecuatoriano, se ha dedicado a promover el cambio en la matriz productiva, buscando que Ecuador sea un país que elabore y exporte productos terminados y tecnificados de primera calidad, generando plazas de empleo, atrayendo a la inversión externa, la misma que inyectará flujo a la economía nacional. El presente trabajo científico, tuvo como finalidad el desarrollo de un plan de exportación de concentrado de maracuyá producido en la parroquia La Unión perteneciente a la provincia de Esmeraldas, hacia el mercado chino, y así promover el desarrollo económico y productivo, como aumentar la oferta exportable de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas. Se constituyó como el objeto de estudio a la exportación del concentrado de maracuyá, teniendo como problemática: ¿Cómo el desarrollo de un plan de exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriana constituirá al progreso económico de los productores de la parroquia La Unión Esmeraldas? Para la elaboración y mejor entendimiento del trabajo, se trataron diferentes enfoques y teorías acerca de la comercialización entre los distintos países alrededor del globo, fue necesario y preciso el catalogar las distintas teorías utilizadas y aplicadas en relación al plan de exportación, en dos rangos diferenciados por las condiciones de estas. En la primera sección de teorías se situó las publicadas por “Adam Smith” y David Ricardo”

Como objetivo general del presente trabajo de titulación se obtuvo el: Desarrollar un plan de exportación mediante el uso de la normativa legal de aduanas, recopilando información de los diferentes actores involucrados en el proceso de las exportaciones de maracuyá, a fin de brindarles una herramienta a los productores de concentrado de maracuyá de la parroquia La Unión-Esmeraldas para el progreso económico de la zona.

CAPÍTULO I

1.1. Tema:

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONCENTRADO DE MARACUYÁ ECUATORIANO, AL MERCADO CHINO”.

1.2. Planteamiento del problema

La economía ecuatoriana se ha visto frenada y en recesión, durante los últimos períodos, incluso ha llegado a ser considerada por la OMC (Organización Mundial del Comercio), como “una economía de las menos competitivas, mundialmente hablando”; esto ha provocado que una considerable cantidad de empresas internacionales hayan disminuido y retirado del país sus inversiones. Entre las principales razones para esta calificación, a la cual el país de la mitad del mundo se ha hecho acreedora, se ha justificado que la economía del país andino se encuentra basada de forma principal y directa en el petróleo y en bienes netamente primarios, sin ningún tipo de tecnificación ni valor agregado, lo que la vuelve inestable y vulnerable a eventos o acontecimientos que se suscitan en el entorno tanto interno como externo, ejemplos de esto, es la desaceleración económica que ha afectado desde el año 2008 a todas las economías en general a nivel mundial o el reciente terremoto que afectó gran parte de la Costa del país ecuatoriano, el mismo que también produjo grandes daños y pérdidas, no solo en vidas, sino en la producción y su desarrollo, lo que se constituyó también como un factor directo al estancamiento económico que el país sufre. Razones suficientes para llevar al Ecuador al ahogamiento de su economía en una crisis mucho más fuerte, con grandes porcentajes de desempleo e inflación.

Como medida de respuesta, el gobierno ecuatoriano, se ha dedicado a promover el cambio en la matriz productiva, buscando que Ecuador sea un país que elabore y exporte productos terminados y tecnificados de primera calidad, generando plazas de empleo, atrayendo a la

inversión externa, inyectando flujo a la economía nacional. Otra de las respuestas por parte del gobierno ha sido la creación de políticas que han permitido el aumento de la producción nacional y la exportación de dicha producción, abriendo las puertas a nuevos mercados.

Basándose en estas premisas y en la creciente tasa de desempleo por la que el país ha venido atravesando, se plantea como problema la necesidad de una iniciativa que permita la búsqueda de nuevas plazas de mercados a nivel internacional, para la exportación de concentrado de maracuyá en busca de promover el desarrollo económico de los productores de la parroquia La Unión-Esmeraldas, que ha sido una de las mayores afectadas por los casos antes expuestos; la cual es considerada también como la parroquia con mayor producción de maracuyá, en el país, cuyo producto ha sido considerado como el de mejor calidad a nivel global.

1.3. Formulación del problema.

- ¿Cómo el desarrollo de un plan de exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriana contribuirá al progreso económico de los productores de la parroquia La Unión Esmeraldas?

1.4. Sistematización del problema

- ¿Cuál es el comportamiento de la demanda de concentrado de maracuyá en el mercado chino?
- ¿Qué factores legales, normativas y exigencias intervienen entre el país de China y el Ecuador?
- ¿Cómo lograr sistematizar la cadena logística de exportación para el concentrado de maracuyá hacia el mercado de China?

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General:

Desarrollar un plan de exportación mediante el uso de la normativa legal de aduanas, recopilando información de los diferentes actores involucrados en el proceso de las exportaciones de maracuyá, a fin de brindarles una herramienta a los productores de concentrado de maracuyá de la parroquia La Unión-Esmeraldas para el progreso económico de la zona.

1.5.2. Objetivos Específicos:

- Analizar el mercado meta para la exportación del concentrado de maracuyá.
- Diseñar el plan de exportación considerando factores legales y de logística del comercio internacional para sistematizar los procesos de exportación.
- Elaborar el proceso de la cadena logística del plan de exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriano.

1.6. Justificación de la investigación

El presente trabajo de titulación, tiene como finalidad el desarrollo de un plan de exportación de concentrado de maracuyá producido en la parroquia La Unión perteneciente a la provincia de Esmeraldas, hacia el mercado de China, con la finalidad de promover el desarrollo productivo de la zona, como aumentar la oferta exportable de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.

Se consideró el mercado chino, a razón de su gran acogida, de productos exóticos, de sabores fuertes y nutritivos que cuiden la salud. Cabe mencionar también que la demanda de

concentrado de maracuyá se ha ampliado significativamente durante los últimos años alrededor del mundo.

El maracuyá es una fruta, de abundante producción en el país y a la que se ha llegado a considerar de gran atractivo internacional, razones por las que el país ecuatoriano ha logrado posicionarse como el mayor y principal productor de la fruta de la pasión, superando a Brasil, país que consta como la cuna de la maracuyá, lo que le ha brindado al Ecuador una ventaja competitiva sobre los demás países competidores en dicho mercado; la mayoría de los productores de este fruto de la pasión, residen en la provincia de Esmeraldas, conocida también como la provincia verde, el fruto, producido en esta provincia ha sido reconocido a nivel global por su calidad superior, su sabor más apetecible, jugoso y fuerte, diferenciándose a los frutos obtenidos en otras provincias y países.

Esmeraldas ha sido una de las principales regiones afectadas por la crisis que ha vivido el país durante los últimos años, así como por el terremoto del 16 de abril del 2016, el cual no solo ocasionó daños en la economía de la región, sino que destruyó casas, trabajos, fábricas, plantíos, ganados llevándose también consigo vidas humanas, dejando a los pobladores y al país entero muy afectados.

En base a esto y la creciente tasa de desempleo por la que el país ha venido atravesando, como medida de respuesta, nace la iniciativa de buscar nuevas plazas de mercado a nivel internacional, para la exportación de concentrado de maracuyá producido y elaborado en la provincia de Esmeraldas, parroquia La Unión, acción que ha logrado promover el desarrollo productivo y económico de los productores de Esmeraldas, buscando aportar a la promoción financiera que el país necesita, ayudando específicamente a los productores de la parroquia La

Unión, zona de mayor cultivo de maracuyá de todo la provincia verde (1.000 kilos semanales por hectárea).

Los productores de maracuyá de la parroquia La Unión, al exportar el concentrado de maracuyá en un mercado internacional, podrán tener nuevas plazas de trabajo al desarrollar y tecnificar la producción de este fruto, mejorando la calidad de vida de los mismos, permitiéndoles crecer y lograr desarrollar el progreso económico de la zona.

Se han utilizado diversas teorías de comercio internacional, referencias en base a trabajos con propuestas similares, estudios de mercados sobre el consumo del producto a nivel global y de manera específica en el país propuesto, mediante el uso de técnicas como la encuesta mediante formularios de Google, así mismo se han realizado estudios sobre la cultura y la economía de China, para poder realizar el diseño de este plan de exportación de la forma más eficiente y eficaz.

1.7. Delimitación del problema

1.7.1. Delimitación

Tabla 1

Delimitación del Problema

	Campo	socioeconómico
Área		Exportación de productos nacionales a nuevos mercados.
Tema		Plan de exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriano, al mercado chino.
Propuesta		Diseño de un plan de exportación al mercado de Shanghái-China.
Periodo		2016
Marco espacial		Esmeraldas-Shanghái

Elaborado por: el investigador

1.7.2. Alcance

Se desarrolló un plan de exportación capaz de penetrar en el mercado de Shanghái-China permitiendo la comercialización del concentrado de maracuyá ecuatoriano en el mencionado mercado.

Dicho plan será lo suficientemente eficaz para desarrollar la productividad de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.

1.8. Hipótesis

Si se desarrolla un plan de exportación mediante el uso de la normativa legal de aduanas y el análisis de la oferta y la demanda, entonces se comercializará el concentrado de maracuyá ecuatoriano en el mercado de Shanghái-China, permitiendo el progreso económico de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.

1.9. Variables de la investigación

Variable independiente:

- Desarrollo de un plan de exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriano.

Variable dependiente:

- Exportación y comercialización del concentrado de maracuyá ecuatoriano en el mercado de Shanghái-China. Progreso económico de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes referenciales y de investigación

En cuanto a los datos que han servido como sustento de antecedentes referenciales para la formulación del presente trabajo de investigación, los mismos se puntualizan en el siguiente escrito:

El primer trabajo científico en el que se ha basado el presente proyecto, pertenece a la Universidad de Guayaquil, elaborado por Jimenez Merino (2011) con título ‘‘El maracuyá producción y comercialización caso Quinde correspondiente al periodo 2008-2009’’; entre los temas fundamentales de dicho trabajo se ha encontrado el objetivo general que resalta: Establecer y estudiar el aporte de esta fruta para la economía local.

El antes mencionado proyecto ha servido de aporte, debido a que se ha podido apreciar y esclarecer, que el concentrado de maracuyá es un producto de alta rentabilidad para el país, otorga variadas plazas de trabajos y su exportación genera grandes ingresos económicos, apoyando a la economía ecuatoriana, también se añade el impacto que recibe este producto en mercados extranjeros, llegando a ser altamente cotizado por otras culturas que no poseen este fruto entre su biodiversidad, así mismo se logró identificar, ciertas ventajas que ofrece la siembra de este producto y es que el proyecto de Jiménez hace mención a que, los campesinos de la patria ecuatoriana, dejaron la siembra y producción de banano, cambiándola por la siembra y producción de maracuyá, para evitar que la plaga de banano, acabara con su fuente de ingresos; es de esta forma en la que estos agricultores, descubren su ingreso a un nuevo mercado, el cual es

acompañado por el tipo de tierra con la que el país cuenta, la misma que permite la producción del fruto por toneladas. (Jimenez Merino, 2011)

El siguiente antecedente encontrado pertenece a una tesis de grado de la Universidad Politécnica Salesiana, con el tema “plan de exportación de concentrado de maracuyá ecuatoriano al mercado japonés” elaborado por Ayala Tumbaco & Cevallos Cotrina (2013), donde la investigación posee como objetivo general el “elaborar un plan de exportación de concentrado de maracuyá al mercado japonés, incrementando la exportación de este producto en Ecuador” buscando como resultado el detallar la forma y métodos a través de los cuales se comercializa este fruto en un mercado perteneciente a otro continente.

El documento antes mencionado ha servido como base y guía, permitiendo diferenciar los métodos y pasos a llevar a cabo para la producción, comercialización y distribución del producto ecuatoriano en una cultura completamente diferente, sabiendo que el mercado de Shanghái se basa en diferente ideología, que pertenece a otro continente, que tienen hábitos alimenticios muy diferentes al que se posee en este país, que sus tiempos de estudio y laborales no son los mismos a los que el ecuatoriano está acostumbrado, en especial que la campaña de promoción es muy diferente, este estudio nos otorga la posibilidad de situarnos en el análisis pertinente de la sociedad de destino, al tiempo que permite estudiar la logística llevada a cabo para la exportación del fruto, y los diversos estudios de mercados que se han de realizar en el país al que se planea ingresar, como también la metodología de ingreso al mercado del país planteado por el presente trabajo científico.

Como tercer antecedente se ha presentado el trabajo perteneciente a la tesis de grado de la Facultad de ciencias agrarias de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, elaborado por Veliz Guzmán (2015) quien posee como objetivo general la siguiente cita “mejorar la producción de maracuyá en la zona de Quevedo, mediante el uso de cultivantes superiores, a través del análisis económico de los tratamientos en estudio” (Veliz Guzmán, 2015)

Se rescata de dicho trabajo de base científica, el estudio que realiza sobre los distintos tipos de maracuyá que se producen en el país, y el hecho de que las tierras ecuatorianas se presentan fértiles en gran medida, permitiendo la producción ininterrumpida de este fruto, siendo este quien se adapta a las distintas condiciones que se le presenten, dicho trabajo también ofrece pautas para realizar una mejor selección de frutos en base a su forma, textura, tono del color, lo que servirá para la correcta selección de proveedores en el presente plan de exportación, permitiendo contar con una excelente calidad en los frutos, esto se argumenta bajo el conocimiento dado por la logística, la cual argumenta que la logística integrada es aquella en la cual el actor del negocio tiene pleno conocimiento de sus procesos, desde la elaboración de la materia prima de sus proveedores hasta la satisfacción final de sus clientes.

2.2. Marco Teórico Referencial

2.2.1. Maracuyá Origen

2.2.1.1. Historia

El fruto conocido como maracuyá es conocido al mismo tiempo, por diferentes países y culturas como el fruto de la pasión, esto dado a que, en los tiempos de las colonias, los conquistadores provenientes de España, se toparon con este fruto al cual por su flor lo bautizaron

como fruto de la pasión, en explicación que su flor les recordaba la corona de espino que fue colocada sobre la cabeza de Jesús, cuando este fue crucificado en mano de los romanos. (Ana, 2011)

Torres (2002) en su guía técnica sobre el cultivo de la maracuyá describe que:

El origen de esta fruta es concerniente al centro de Brasil, en la zona amazónica como zona específica. El Brasil ha sido considerado por varios autores como el país origen de cerca de unas 150-200 especies de las cuales un 465 existentes de Passiflora. Nombre científico del maracuyá morada, y se sabe que en esta zona se dio el origen a la Passiflora edulis forma flavicarpa (maracuyá amarillo), mediante procesos de una mutación. (pág. 9)

2.2.1.2. Condiciones ambientales

Según Ecofinsa (2016) menciona que el Ecuador posee regiones con zonas, cuyos climas otorgan condiciones climáticas que no se observan en ningún otro lugar, lo que permite un mejor desarrollo del fruto, con características que el maracuyá no presenta en otros países, lo que posiciona al país andino como el mayor productor de maracuyá a lo largo de la América del sur; como ya se ha mencionado, en el suelo ecuatoriano, la maracuyá se produce a lo largo de todo el año, a diferencia de los que sucede en el resto de país, esto es sin duda alguna un gran ventaja para los productores de Ecuador, y para cualquier empresa que se dedique a la exportación de ese fruto o sus derivados.

Los agricultores y productores del país ecuatoriano poseen gran sentido de responsabilidad en cuanto al cuidado de la tierra, según como se menciona en Ecofinsa (2016) se mantienen estrechamente comprometidos en campañas de preservación ambiental, para proteger los suelos,

la flora, la fauna, el agua, etc. En especial aquellos que se mantienen vírgenes, sin modificación o intervención humana, mas, no obstante, por la cada vez más creciente actividad productiva, se torna casi imposible no tocar terrenos de las condiciones antes mencionadas, es por esa razón que los agricultores han hecho uso de nuevas técnicas que permiten la utilización del suelo, al tiempo que se le da el trato y el cuidado pertinente para garantizar su preservación, utilizando tecnologías que ayudan en este hecho y aprovechan de técnicas modernas y competitivas que otorgan y poseen conocimientos avanzados de las condiciones ambientales y eco-amigables.

2.2.2. Producción y comercialización del concentrado de maracuyá

2.2.2.1. Concentrado de maracuyá

El concentrado, hace mención al hecho de que el mismo jugo del maracuyá, se encuentra aglutinado o condensado para que este se sienta con un sabor más fuerte. En cuanto a los principales productores del concentrado de maracuyá figuran países como lo son ‘Ecuador, Colombia, Brasil y Perú’.

2.2.2.2. Mercado

El mercado del concentrado de maracuyá se encuentra en aumento y en el mismo el Ecuador empieza a figurar como país líder en cuanto a su producción y calidad. ‘‘Siendo este país uno de los principales proveedores de concentrado de maracuyá en el mercado internacional. ‘‘ (El Telegrafo, 2014)

A partir de esto, se torna más sencillo, la entrada del concentrado de maracuyá al mercado chino, teniendo en consideración de los grandes benéficos que este jugo ofrece y que la población de Shangháí, maneja una cultura de cuidado natural. Es decir que el producto tendría una gran acogida por sus propiedades medicinales y exquisito sabor.

2.2.3. Teorías económicas

Para la elaboración y mejor entendimiento del siguiente bloque, en el cual se han tratado diferentes enfoques y teorías acerca de la comercialización entre los distintos países alrededor del globo, ha sido necesario y preciso el catalogar las distintas teorías utilizadas y aplicadas en relación al plan de exportación, en dos rangos diferenciados por las condiciones de estas. En la primera sección de teorías se han situado a las publicadas por “Adam Smith” y David Ricardo” quienes presentan el comercio entre naciones, en función de las diferencias entre estas; mientras que, en las teorías del comercio moderno, elaboradas por “Krugman” y “Bernard”, sitúan sus teorías, en base a las escalas económicas de cada nación, sin basarse en las diferencias que estas puedan poseer.

2.2.3.1. Teorías tradicionales del comercio

En cuanto a las teorías tradicionales o clásicas, según lo establece Gonzales (2001) haciendo mención de los trabajos de David Ricardo, o del mismo Adam Smith, se basan y sitúan en un mercado comparativo internacional, donde el país que obtenga un producto mejor desarrollado o a un costo de elaboración más bajo, se situará como la nación o estado que posea la ventaja comparativa de aquel mercado; años después, al notar que este modelo no era lo suficientemente completo en función de las distintas características o situaciones que se presentan en un comercio entre distintas culturas y diferente poder adquisitivo, se establece que el comercio entre las naciones, debe situarse en función a exportar el bien en que tienen su ventaja por producción a un menor costo, e importar el bien en el cual tienen su mayor desventaja en comparación al mercado global.

En consideración a las teorías detalladas, en el plan de exportación de concentrado de maracuyá al mercado de Shanghái, sería la nación ecuatoriana la portadora del título de la nación

favorecida, y con ventaja, no solo sobre el país de destino, sino que, al estar hablando de un mercado internacional, el Ecuador poseería la ventaja sobre el resto de países productores del fruto de la pasión, por la diferenciación que existe en distintos factores, entre las naciones, como el tipo de suelo que posee, la tecnificación que se ha adquirido, y la calidad del producto final que se presenta al mercado.

2.2.3.2. Teorías modernas del comercio internacional

Las teorías modernas, fundamentan su existencia en el hecho de que los países, se han tecnificado e industrializados, por ende, es casi imposible medir la ventaja en función de productos, siendo estos de naturalezas totalmente distintas, al tiempo que las grandes potencias, comercian de forma intraindustrial en periodos parecidos, productos de una misma industria, lo que no significa que las industrias sean similares, ya que se ha establecido que aun en una misma rama y en un mismo país, cada empresa posee una organización y procesos que las diferencia del resto; como lo considera "Krugman" en el trabajo realizado por Gonzales (2001) el comercio ha evolucionado a un consumo por diversificación e innovación, expresando que el mercado se emociona por lo nuevo y lo variado, explicando que existe un desinterés por seguir consumiendo el mismo producto, pasado cierto tiempo, lo que ha llevado a las empresas a la creación de deferentes versiones de un mismo producto en la espera de alcanzar y cubrir todo el mercado.

El proyecto acopla la información obtenida por estas teorías, con la finalidad de poder conseguir mercado y mantenerlo con niveles de satisfacción alto, al tiempo que se plantea el pertinente estudio para el desarrollo de diversas presentaciones del producto a exportar, tal como lo señalan las nuevas teóricas de comercialización internacional; para de esta manera poder cubrir la mayor cantidad de mercado posible.

2.3. Análisis económico del concentrado de Maracuyá

2.3.1. Países exportadores de concentrado de maracuyá

La república ecuatoriana se ha constituido como el mayor exportador de concentrado de maracuyá del mundo, teniendo como mercados principales a países como (Australia, Colombia, Canadá, Estados Unidos, Portugal y Holanda) habiendo exportado una cantidad de 52.3 millones de dólares en el año 2014. (EL TELÉGRAFO, 2014)

El país que ocupa el segundo lugar como exportador de concentrado de maracuyá a nivel mundial es el país de Vietnam, seguido por Perú y Brasil. (EL TELÉGRAFO, 2014)

Tabla 2

Principales exportadores de concentrado de maracuyá

Puesto	País
1)	Ecuador
2)	Vietnam
3)	Perú
4)	Brasil

Fuente: (EL TELÉGRAFO, 2014)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

2.3.2. Países importadores de concentrado de maracuyá

En cuanto a los países importadores de este jugo, como ya se ha mencionado, son varios los consumidores del concentrado del fruto de la pasión, considerándolo como un jugo exótico, es

muy apetecido en Europa, sin embargo, entre 13 naciones de mayor importación, el país que destaca es el de Holanda con un 82% de importaciones del total. A este país le siguen países como los Estados Unidos, Puerto Rico, Francia, Chile, Bélgica, Reino Unido, España, Egipto. (Koo, 2015)

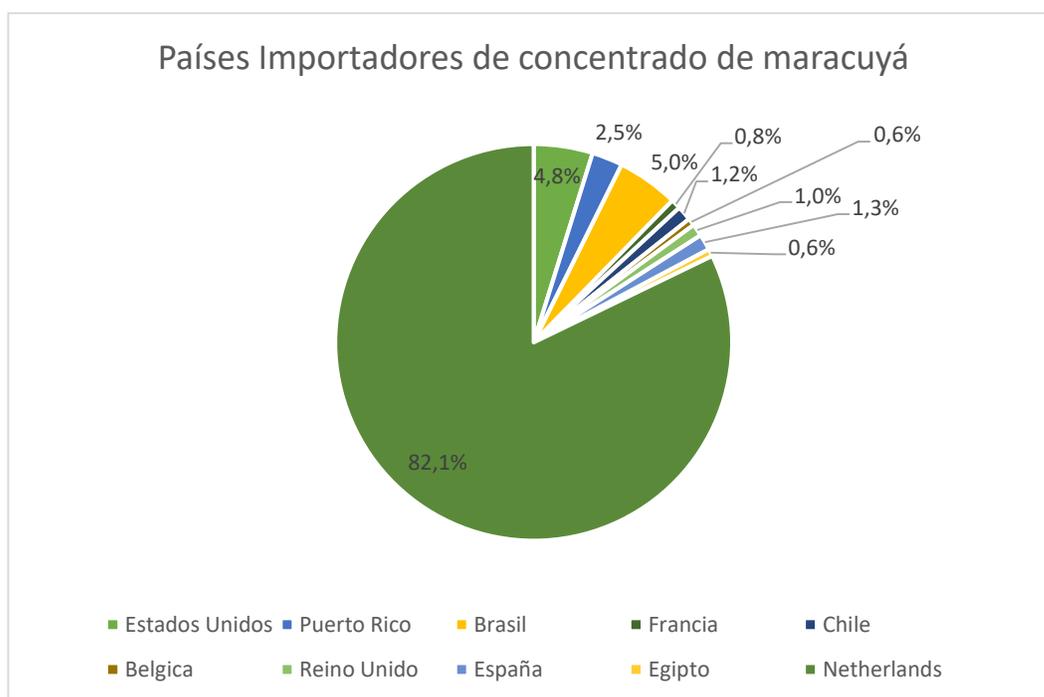


Ilustración 1. Países alrededor del mundo que importan concentrado de maracuyá **fuente:** (Koo, 2015)

2.4. Estadísticas sobre el concentrado de maracuyá

2.4.1. Estadísticas de producción

A continuación, se ha detallado mediante gráficos, la estadística de la producción nacional de maracuyá en el país, durante un periodo de 13 años, datos reunidos por el Sinagap corresponden

a la recolección de la información de maracuyás en todas las provincias dedicadas a la producción de este fruto.

Tabla 3

Superficie sembrada, cosechada-producción y rendimiento de maracuyá a nivel nacional

(2010-2015)

Superficie sembrada, cosechada-producción y rendimiento de maracuyá a nivel nacional

Año	región	Sup_Sembrada	Sup_Cosechada	Producción	Rendimiento
2010	Nacional	18,238	13,632	73,759	5.41
2011	Nacional	10,865	9,540	52,684	5.52
2012	Nacional	4,286	3,208	11,832	3.69
2013	Nacional	16,003	11,337	65,898	5.81
2014	Nacional	14,125	12,317	82,010	6.66
2015	Nacional	15,237	13,629	142,047	10.42

Fuente: Sinagap

Elaborado por: Carlos Garaicoa

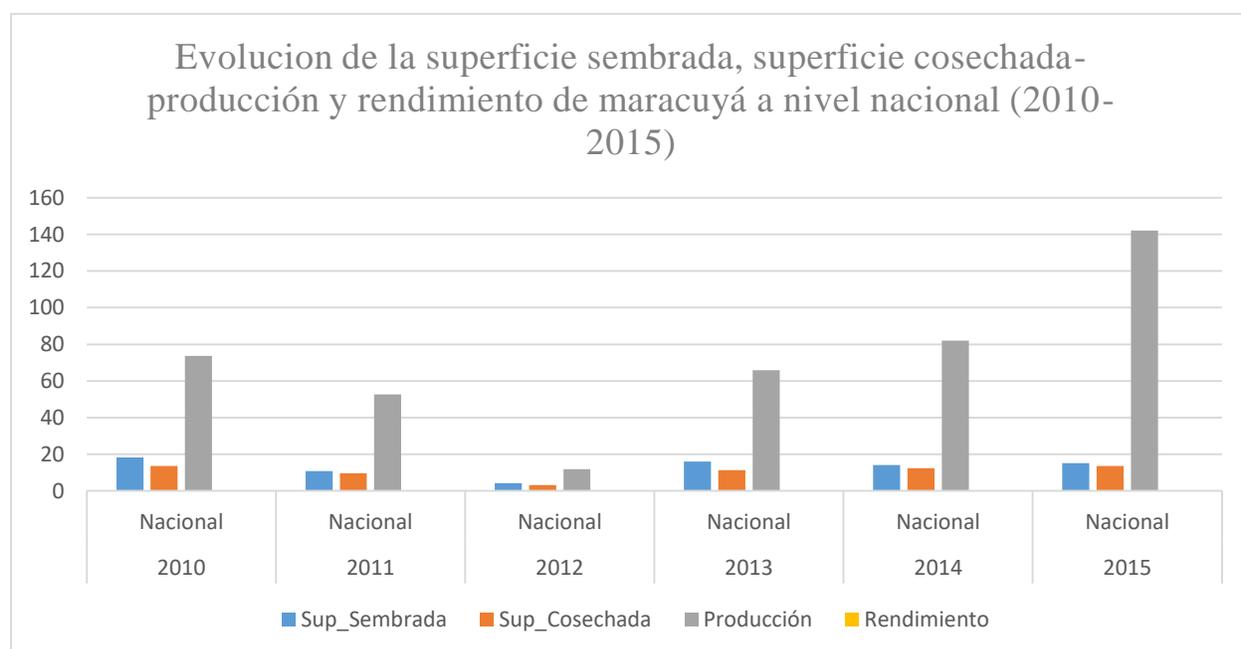


Ilustración 2 Gráfico donde se explica la superficie sembrada, la superficie cosechada y la producción durante el periodo comprendido por los años 2010 a 2015 en cuanto a la producción nacional del país. **Fuente:** Sinagap.

En el gráfico se puede apreciar la comparativa de la producción, la superficie sembrada, la superficie cosechada durante el periodo comprendido entre los años desde el 2010 al 2015, donde se encuentra que la producción empezó con rendimiento de 5.41 en la producción del 2010, misma que muestra un crecimiento hasta llegar al año 2015 con un rendimiento del 10.42 de producción, habiendo subido en 5.01 puntos. Al año actual se ha evidenciado que existen cerca de 6.800 agricultores y el 80% de estos se mantienen dedicados a la producción de maracuyá. Los cuales han alcanzado una producción de 18 toneladas por hectárea cultivando 50.000 kilos de maracuyá.

2.4.2. Estadísticas de exportación

En cuanto a la estadística de exportación, se sabe que hay inestabilidad para los pequeños productores de la fruta de la pasión, por complicaciones al momento de la tecnificación del producto, puesto que ellos no cuentan con los recursos o máquinas para la transformación de la fruta en concentrado, evidenciando que ellos invierten cerca de 36 centavos por kilo producido de maracuyás y las empresas intermediarias entre los productores y los exportadores cancelan un total de 30 centavos por kilo. (Tapia , 2015); también se señala que no hay un precio fijo o estandarizado para este producto, sino más bien que se acomoda a la oferta y demanda del mismo, por ende, mientras más oferta haya del producto, más barato resulta el conseguirlo.

Existen cifras registradas que indican que la exportación de maracuyá como jugo en su presentación de concentrado llegó a 11.349 toneladas métricas exportadas para el 2014,

Con una producción de alrededor de 100.000 metros cúbicos. A continuación, se anexa la comparación de exportaciones en toneladas métricas de concentrado de maracuyá para el periodo

comprendido desde el 2010 hasta el año 2014. Aproximadamente el 70% de la producción nacional es exportada al mercado europeo y al mercado de Estados Unidos.

Tabla 4

Evolución de la exportación de concentrado de maracuyá (2010-2014) en miles de toneladas

AÑO	TONELADAS
2010	15,697
2011	18,571
2012	5,368
2013	4,764
2014	11,349

Fuente: Empresas privadas
Elaborado por: Carlos Garaicoa

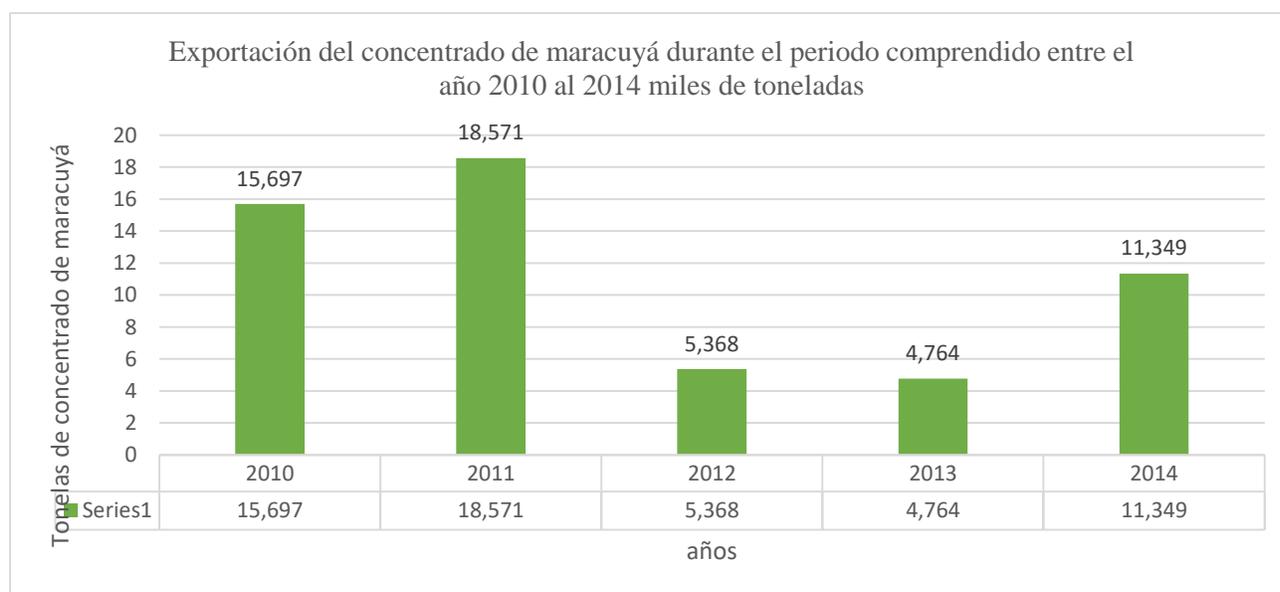


Ilustración 3. En la presente ilustración se detallas la relación en cuanto a la importación y exportación de concentrado de maracuyá durante el periodo 2010-2014 expresadas en toneladas. **Fuente:** Empresas privadas.

En el gráfico anterior se ha podido apreciar la estadística de la balanza de importación y exportación del concentrado de maracuyá durante el periodo comprendido entre el año 2010 al 2014, en el eje de las x se encuentran la balanza de producción correspondiente a cada año,

mientras que en el eje de las y se presentan las toneladas métricas del producto, donde se ha podido apreciar que ha existido una baja en las exportaciones desde el 2010 hasta el año 2013, donde empieza a subir hasta el año 2014.

2.4.3. Estadísticas de importación y precios de concentrado de maracuyá en el Mercado de China

A continuación, se han detallado las cifras del estudio de Pro Ecuador, el cual ha determinado que el consumo de concentrado de maracuyá ha crecido considerablemente durante los últimos años alrededor de todas las regiones de China, especialmente en las ciudades más grandes (Guangzhou, Shenzhen, Shanghai, Hangzhou, Beijing) estableciendo que hay una mayor tendencia de consumo por parte de las mujeres que de los hombres, siendo estas de edad entre 25 y 45 años. (Pro Ecuador, 2015)

Tabla 5

Importación de jugos de frutas por China desde el mundo (2011-2014)

Importación de China	20098919 otros jugos de fruta no mezclados			20098913 jugos de frutas tropicales no mezclados		
	Volumen (m.)	Valor (\$'000)	Precio promedio (\$/Kg)	Volumen (m.)	Valor (\$'000)	Precio promedio (\$/Kg)
2011	1,077.10	3,935.44	3.65	40.62	264.93	6.52
2012	3,116.76	11,171.16	3.58	145.80	572.10	3.92
2013	2,271.91	8,018.74	3.53	101.93	356.24	3.50
2014	2,307.49	9,062.16	3.93	182.25	470.41	2.58

Fuente: (Pro Ecuador, 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Como se ha podido apreciar, en la tabla anterior, desde el 2011 hasta el 2014 se ha visto un aumento en cuanto al valor de los productos siendo el año más alto el 2012 que alcanzó un volumen de 2,271.91 m, mientras que el precio se ha mantenido casi sin variación alguna, a excepción solo

por centavos en lo que corresponde al jugo de frutas no mezclados, y los jugos de frutas tropicales no mezclados en cuanto al valor ha existido un aumento desde el 2011 hasta el 2014 donde alcanzó un volumen de 182.25 m y el valor sufrió un deceso de 6.52 en 2009 a tan solo 2.58 en 2014. (Pro Ecuador, 2015)

A continuación, se ha presentado las importaciones de jugos de frutas concentrados, encontrando jugo de frutas no mezclados y jugos de frutas tropicales no mezclados, durante el periodo que comprende los años 2011 al 2014 las importaciones se han realizado desde Ecuador a China.

Tabla 6

Importaciones de concentrado de frutas por China desde Ecuador (2011-2014)

Exportación ecuatoriana a china	20098919 otros jugos de fruta no mezclados			20098913 jugos de frutas tropicales no mezclados		
	Volumen (m,)	Valor (\$'000)	Precio promedio (\$/Kg)	Volumen (m,)	Valor (\$'000)	Precio promedio (\$/Kg)
2011	30.8	60.09	1.95	36.00	258.46	7.18
2012	22.0	44.11	2.01	25.00	150.33	6.01
2013	27.9	84.61	3.03	29.00	118.26	4.08
2014	18.1	76.08	4.19	70.00	280.34	4.00

Fuente: (Pro Ecuador, 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

En cuanto a las importaciones de jugos de frutas no mezclados desde Ecuador, se ha podido determinar que pese a que el volumen ha disminuido se ha visto un aumento en el valor y en el precio promedio desde el 2011 hasta el 2014; y en cuanto a la importación por parte de china de jugo de frutas tropicales no mezclados, el volumen y el valor han aumentado de forma significativa

a excepción del precio que descendió desde el 2011 hasta llegar a 4 dólares en el 2014. (Pro Ecuador, 2015)

2.5. Aspectos del comercio exterior

2.5.1. Guía para exportar

2.5.1.1. ¿Qué es exportar?

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2015) una exportación es la acción de enviar de forma definitiva una mercancía, fuera del territorio ecuatoriano a un lugar de destino; haciendo uso del régimen pertinente y en base a las normativas de la ley que se encuentre vigente, para la realización de dicho efecto. Para estudios o análisis de mayor profundidad, se ha de realizar la respectiva búsqueda a los artículos *“154 del copci”* y *“158 del reglamento”*.

2.5.2. Requisitos para exportar

2.5.2.1. Registro del exportador

Para poder llevar a cabo el régimen de exportación se debe primero cumplir con ciertos pasos a seguir, los cuales otorgaran un registro que autorice a la persona a exportar, este documento es llamado *“registro del exportador”*; habiendo esclarecido esto se continua a enumerar los pasos a seguir para obtener dicho registro según la (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015):

1. Obtención del Ruc.
2. Obtención del certificado digital para obtener la firma electrónica (el certificado es otorgado por *“el Banco Central del Ecuador”* y *“Security Data”*)
3. Se deberá realizar el debido registro en el portal del Ecuapass.

Luego de esto se deberá realizar la tramitación necesaria para la generación de “*DJO*” (Declaración Juramentada de Origen) este documento será emitido por la “*VUE*” (Ventanilla Única Ecuatoriana) documento necesario para la obtención del certificado de origen el cual se requiere para realizar una exportación y que es el comprobante de la nacionalidad y procedencia de las mercancías. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

2.5.2.2. Documentos pre-embarque

Una vez que se han generado y realizado todos los pasos anteriores y se tiene en poder los documentos y permisos necesario para realizar una exportación se da proceso a los pasos necesarios a seguir para poder realizar una exportación. Este nuevo proceso da inicio con la “etapa de Pre-Embarque” dicha etapa se basa en la emisión de un documento “declaración aduanera de exportación”, la cual crea una relación legal entre el exportador y la aduana, en la misma manifiesta su intención de exportar una mercancía y le adjunta el exportador los respectivos documentos necesarios como la factura. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

2.5.2.3. Datos en la DAE

En la “Declaración aduanera” se encuentran una lista de datos que informan a la aduana ¿quién exporta? ¿A dónde se exporta? ¿que se exporta? Y ¿Cuánto se exporta? A continuación, se detallará la información correspondiente a contener en una “DAE” según Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2015):

- Datos del exportador
- Descripción de la mercancía
- Datos del consignante

- Destino de la carga
- Especificaciones de las características de la carga

2.5.3. Cadena logística de exportación

Se suele asociar el concepto de logística con el de cadena de suministro o abasto. Ciertamente ambos procesos han estado íntimamente relacionados entre sí, de hecho, hay quienes utilizan ambos términos indistintamente. Sin embargo, el Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP) realiza una diferenciación al respecto y afirma que la logística implica el planeamiento y control de todas las actividades relacionadas con el suministro, fabricación y distribución de los bienes y servicios de una empresa; mientras que la cadena de suministro es la que eslabona a todas las compañías (proveedores de bienes y servicios y clientes), desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto terminado. Hay otros expertos que afirman que el concepto de cadena de suministro o Supply Chain Management ha evolucionado. El Gerente de Miebach Logística Ltda., Michael Nickl, ha sostenido que simplemente se trata de una redefinición o cobertura de las tareas logísticas, donde se eliminan aquellos procesos que no otorgan valor agregado. "La tarea de un Supply Chain Manager es la gestión integrada de la cadena de suministros incluyendo clientes, operadores y proveedores, para los cuales es un optimizador e integrador de estrategias y tácticas", alegó Nickl. Actualmente, varias empresas han reemplazado sus sistemas informáticos por otros más avanzados, cuya capacidad para manejar la totalidad de los ámbitos internos de la empresa, bajo una sola plataforma, es superior. La idea de esta nueva estrategia es que los resultados obtenidos, agilicen los procesos en todas las áreas funcionales de las que forma parte esta cadena de suministro.

La logística ha sido definida por la RAE como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

En el ámbito empresarial existen múltiples definiciones del término logística, que han evolucionado desde la logística militar hasta el concepto contemporáneo de la técnica que se ocupa de la organización de los flujos de mercancías, energía e información. La logística es fundamental para el comercio. Las actividades logísticas conforman un sistema que es el enlace entre la producción

y los mercados que están separados por el tiempo y la distancia. La logística empresarial, por medio de la administración logística y de la cadena de suministro, cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, manutención y distribución.

La cadena logística de exportación ha sido, con el paso de los años, cada vez más eficiente, y esto va muy integrado al crecimiento comercial que tiene Ecuador hacia el mundo y, a su vez, a la complejidad y gran competitividad existente en los distintos mercados.

Para preparar la mercadería para el transporte a utilizar, se debe tener en cuenta:

- Embalaje: Cajas de madera, de cartón, etc.
- Marcado: Para el mejor manipuleo, frágil, apilamiento, etc.
- Unitarización: Pallets, en sacos etc.

Paletización

Los pallets son plataformas, en general de madera, de forma cuadrada o rectangular, sobre los que se unitiza la carga para permitir una cómoda y rápida manipulación y movimiento.

Las medidas de los pallets están normalizadas, pero, si bien la utilización de los mismos aprovecha el espacio y facilita el movimiento, no es segura contra robos, roturas e inclemencias del tiempo.

Contenedores

Los contenedores brindan mayor protección que los pallets y facilitan la manipulación de las mercaderías disminuyendo los costos en el embalaje y seguro de las mismas. Existen diferentes modelos para los distintos tipos de mercaderías que se deben transportar estando mundialmente estandarizados en dos medidas clásicas:

A) 20 pies B) 40 pies

Puntos importantes de la cadena logística

1.- Alto impacto de costos logísticos en la competitividad de las exportaciones: Mientras más eficiencia haya para optimizar los costos en este proceso, más barato será el producto en destino y más ahorro tendrán las empresas.

2.- La conflictividad en el transporte: Un sistema multimodal es óptimo y es uno de los servicios que se ofrecen, pero hay que analizar los demás medios de transporte. Entonces, se debe aunar estos medios y buscar la mejor relación entre costos de transporte versus tiempos y exigencia del mercado.

3.- La profesionalización logística es real en empresas exportadoras, pero también el bajo conocimiento de los procedimientos y del flujo documental, seguros y trámites es algo que se debe mejorar.

4.- Analizar reales oportunidades de tener socios estratégicos en los países de destino para la exportación y posterior distribución. Saber controlar y desarrollar los centros de distribución y transporte con socios locales es clave y gran parte del éxito del modelo de negocios.

5.- Optimizar la gestión y minimizar los costos ocultos que no agregan valor en la cadena logística inbound y outbound. Es un trabajo permanente.

Puntos críticos en la cadena logística

- Selección del modo y la empresa transportadora más adecuada.
- Condiciones del servicio ofrecido (fecha, ruta, costos, tiempo, etc.).
- Liquidación de los fletes por parte del transportador y/o agente.
- Preparación de la carga para el transporte (embalaje, marcado, etiquetado, seguros).
- Alistamiento de los soportes documentales que requiere la exportación, el transportador y/o la importación.
- Entrega de la carga al transportador en el sitio acordado, junto con los documentos requeridos y perfeccionamiento del contrato.
- Pago de fletes y servicios (medios de pago y resguardos)

2.5.4. Referencias de la Parroquia La Unión- Esmeraldas

La Parroquia La Unión, pertenece al Cantón Quinindé localizada en el centro de la Provincia de Esmeraldas al norte del país, esta Parroquia ha aumentado su número poblacional y comercial, aprovechando su ubicación en el camino hacia Santo Domingo de los Tsáchilas, sin embargo, su desarrollo en cuanto a infraestructuras, calles y servicios básicos no ha contado con el mismo desarrollo. Esta parroquia presenta 36.460 pobladores, los cuales se encuentran distribuidos en “27 barrios y 63 recintos rurales” (GAD parroquial La Unión, 2016)

La mayoría de sus pobladores se han dedicado a la agricultura, el comercio y la ganadería, donde se conoce que cerca de 30 mil pobladores se dedican a la producción de maracuyá, palma y banano, esta región de esmeraldas es caracterizada por tener mayores hectáreas de producción de maracuyá en toda la provincia verde, llegando a producir hasta mil kilos de maracuyá por semana.

Tabla 7*Características de La Unión*

La Unión	Características
Habitantes	36.460 pobladores
clima	Húmedo tropical
Ríos	Blanco y Quinindé
Parroquialización	22 de junio de 1992
Extensión	986 Km ²
Producción	Maracuyá, Palma, banano
Producción de maracuyá	2´400.000 gr semanales
Costo de producción	36 centavos por Kilo
Hectáreas en producción	10.000

Fuente: (El Comercio, 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

2.5.5. Referencias de Shanghái

La ciudad de Shanghái- china es considerada como la que tiene un crecimiento mayor cada año que transcurre, llegando a una estimación de “23 millones de pobladores” convirtiéndose también en la más poblada de toda China. El idioma principal o de más habla en esta región de China es el chino mandarín, pese a que se utilizan otros dialectos.

2.5.5.1. Ubicación de Shanghái

“Shanghái yace en el delta del río Yangtsé, centrada en la costa del mar de la China Oriental y es administrada al máximo nivel con la categoría de municipio de control directo.” (Redaccion , 2016)



Ilustración 4. Delimitación espacial Shanghái-china. **Fuente:** (*shanghailocalguide*, 2009)

2.5.6. Protocolos de negociación

En la revista digital Gestiopolis Dueñas (2012) enlista parámetros a tener en consideración al momento de realizar negociaciones con la cultura de Shanghái, entre estas se detalla el hecho de mantener una postura cordial todo el tiempo, respetando en absoluto los silencios, saludos y sus costumbres principalmente; en cuanto a esto, se debe poseer conocimiento general de las mismas para evitar confusiones o errores; se debe ser siempre muy puntual, pues los pobladores de Shanghái lo son por excelencia.

2.5.7. Condiciones de compra y de pago

2.5.7.1. Condiciones de compra

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2015) los compradores de shanghái tienen algunas exigencias en lo que respecta a la calidad y los precios de las mercancías:

Los “INCOTERMS” comúnmente utilizados al solicitar cotizaciones son FOB (libre a bordo) y CIF (costo, seguro y flete), sin embargo, la mayoría de las negociaciones se pactan y concretan en términos CIF o CFR (costo y flete). Generalmente hablando, la documentación necesaria para poder cumplir con las formalidades de internación o liberación de la carga comprenden el Bill of Lading (B/L o Conocimiento de Embarque), Factura de Venta, Certificado Fitosanitario o Sanitario (cuando se aplique), Certificado de Origen, Contrato de Compra Venta. (pág. 14)

2.5.7.2. Condiciones de pago

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2015) los compradores de shanghai tienen algunas exigencias en lo que respecta a las condiciones de pago de las mercancías:

Las mercancías compradas por los consumidores chinos han sido establecidas por acuerdos de pago las cuales fueron discutidas previamente por los negociantes. No existen direcciones o acuerdos aparte, fuera de lo que se ha firmado en papeles y se realiza en la práctica. Por lo general el pago se lo efectúa al momento de la firma del contrato o inclusive momentos después. De existir algún valor pendiente de pago, el mismo se cancela con la copia de los documentos de embarque. Esta cultura por lo general y en la mayoría de los casos, tiende a efectuar los pagos por transferencia bancaria y es mínima la cantidad de compradores que prefieren efectuar el pago por medio de la carta de crédito, pese a ser el medio más seguro. (pág. 14)

2.5.8. Principales productos importados y países proveedores

En el siguiente cuadro se detallan las mayores importaciones realizadas por la república de China, correspondiente al año 2014, así mismo se especifica quienes fueron sus mayores proveedores.

Tabla 8

Principales productos importados por China

Principales productos importados por China desde el mundo		
Subpartida	Producto	FOB 201(miles US)
2709.00	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	228,332
8542.31	Circuitos integrados: circuitos electrónicos integrados: procesadores y controladores	105,223
2601.11	Minerales de hierro y sus concentrados sin aglomerar	91,169
9801.00	Artículos no clasificados	82,797
8542.32	Circuitos integrados: circuitos electrónicos integrados: memorias	54,280
8542.39	Circuitos integrados: circuitos electrónicos integrados: los demás	49,118
8703.23	Vehículos automóvil transporte personas de cilindrada superior a 1500	48,722
9013.80	Los demás dispositivos, aparatos e instrumentos de óptica	44,173
1201.90	Habas de soja, incluso quebrantadas (exc. Las de siembra para siembra)	40,272
8517.70	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	36,707
	Demás productos	1,180.009
	TOTAL	1,960.806

Fuente: (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Como se pudo observar la república de china ha importado en mayor cantidad (aceites crudos de petróleo) que corresponde a la partida arancelaria 2709.00; seguido por (minerales de hierro y sus concentrados sin aglomerar) que corresponde a la partida arancelaria 8542.31. obteniendo un FOB de 1,960.806,347.73 dólares en el año 2014. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , 2015)

2.5.9. Convenios comerciales entre Ecuador y Shanghái

La república de china es vista como la segunda potencia mundial hoy en día, debido a que este país goza de una gran industrialización y tecnificación, llegando a ser considerado como el país con más importaciones y productos exportados en el mundo. (Mejia , 2014)

“El Ecuador posee siete convenios bilaterales firmados con la república china entre los cuales se mantienen convenios para el sector agrícola” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana).

2.5.10. Partida arancelaria sugerida

Para el caso del concentrado de maracuyá se ha ubicado como partida arancelaria misma que servirá para la clasificación del producto en el arancel de aduanas del “SENAE” quien es la autoridad pertinente en cuanto a las clasificaciones de las mercancías. (PRO ECUADOR, 2015)

Partida arancelaria sugerida:

- 20.09.80

Tabla 9

Partida arancelaria sugerida

Sección IV:	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 20:	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
Partida Sist. Armonizado 2009:	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas.
SubPartida Sist. Armoniz. 200980:	- Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza (incluso 'silvestres')
SubPartida Regional 20098012:	- - - De `maracuyá` (parchita) (Passiflora edulis)

FUENTE: (PRO ECUADOR, 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

2.6. Marco Legal

Para el desarrollo del marco legal se han utilizado diversos documentos como fundamentación legal que direccionan el estudio científico del presente plan de exportación, para así poder contar con la correcta base legal del proceso investigativo en concordancia a la hipótesis de diseñar un plan de exportación de concentrado de maracuyá para establecer las condiciones necesarias de comercialización del producto de concentrado de maracuyá; entre estos documentos, se perfilan los siguientes:

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI

Se ha hecho uso del código orgánico de la producción (COPCI), puesto que es el código regulador de los procesos productivos y de distribución, el cual es contentivo de la normativa de aduanas del Ecuador.

Según la Cámara de industrias de Guayaquil, en su informe sobre la eficacia del código orgánico de la producción comercio e inversiones (COPCI) y propuesta de reformas, menciona que el COPCI tiene por objeto “regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir”.(pág. 2)

A continuación se han citado los artículos que figuran en el COPCI relacionados y dirigidos a las exportaciones.El CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI (2010) en su título IV el cual habla acerca del fomento de la promoción de las exportaciones según se lo muestra a continuación:

TÍTULO IV

Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Art. 93.- (CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI, 2010) Fomento a la exportación.

En este artículo se establece que el estado ecuatoriano tiene como obligación el fomentar a los productores sin importar su tamaño a exportar sus productos con una calidad superior para que estos sean competitivos en el mercado internacional. Así mismo se establece que este artículo es el encargado de lo mismo, sin tomar en cuenta perjuicios que puedan producir o generar otras normas y otros programas del gobierno; el presente artículo también contiene acceso a “programas que dan preferencias en los aranceles”, “derecho a la devolución total o parcial de los impuestos”, derecho a regímenes especiales de aduana”, “derecho a facilitación financiera destinada a la exportación”, “derecho a capacitaciones sobre exportación” y por ultimo “derecho a incentivos en la inversión productiva”.(pág. 46) por ende este artículo es empleado en el presente trabajo

cuyo fin es el diseño de un plan de exportación de concentrado de maracuyá el cual será producido en la provincia de esmeraldas, los productores de dicha zona necesitan el apoyo tanto financiero como en capacitación de tecnificación y de exportación para poder ampliar su mercado.

EL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI, COPCI (2010) en su TÍTULO II Capítulo I habla de la Facilitación Aduanera para el Comercio De lo Sustantivo Aduanero según se lo muestra el Art. 104 principios fundamentales a continuación:

Art. 104.- Principios Fundamentales.

En cuanto lo mencionado en este artículo, se realiza una ampliación de lo que ya consta en la constitución del país, con la explicación de la “facilitación del comercio exterior” en lo cual se menciona que debe existir rapidez en la realización de los procesos en aduana, siendo estos sencillos y sin ningún tipo de complicaciones, esto con el fin de incentivar a los productores a exportar sus productos, “control aduanero” esta parte hace mención a los controles a los cuales tiene derecho la aduana de realizar, y por las cuales todo exportador registrado deberá pasar y aprobar, “cooperación e intercambio de información” esta sección hace mención a que la información será de uso general para todas las aduanas del globo, las mismas que tienen el deber de compartir dicha información, “(pág. 54) en cuanto a lo entendido en las secciones de este capítulo analizado, se llegó a la conclusión que resulta de vital importancia el conocimiento de las mismas para poder realizar la exportación del producto bajo análisis, sin ningún tipo de complicaciones, ni encontrarse problemas en la aduana ecuatoriana o china al momento de realizar la exportación desde el país de origen y la importación que compete a la entrada del producto en el país de destino China.

El CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI (2010) en su TÍTULO II De la Facilitación Aduanera para el Comercio Sección II habla sobre los Regímenes de Exportación a continuación:

Sección II Regímenes de Exportación **Art. 154.- Exportación definitiva.**

El presente artículo hace mención y explicación de un régimen aduanero, el cual es la exportación definitiva, la cual significa que se libera la salida del producto en el país de origen, para que este producto tenga libertad de entrada a cualquier otro país para su comercialización siempre y cuando el producto no regrese al país de origen (pág. 71)

El CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI (2010) en su TÍTULO V Capítulo I habla sobre los agentes de aduana según se lo muestra el Art. 227 Agente de Aduana a continuación:

TÍTULO V Auxiliares de la Administración Aduanera Capítulo I De los Agentes de Aduana
Art. 227.- Agente de Aduana

El presente artículo hace mención y explicación de quien es y que función desempeña un agente de aduana, estableciendo que es toda persona natural o jurídica con licencia para ejercer dicho cargo, el agente de aduanas será el encargado del despacho de las mercancías que se encuentren en la aduana, y será quien firme las declaraciones aduaneras. La licencia de un agente de aduana tiene una vigencia de cinco años, pasado ese tiempo, dicha licencia deberá ser renovada. Los agentes de aduana por su cargo y actividades responden ante la SENEAE. (pág. 97)

2.7. Marco Conceptual

- **Concentrado o Néctar:** Sustancia, generalmente alimenticia, a la que se ha eliminado gran parte del líquido que contenía.
- **Pulpa:** es un concepto que refiere al tejido interno de las frutas, las plantas y la carne. Refiriéndose a la zona fibrosa que contribuye a dispersar las semillas.
- **Exportación:** Venta de mercancías desde un país de origen a un comprador extranjero en un país de destino.
- **Exportación a Consumo:** La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen del territorio aduanero para su consumo en el país comprador.
- **Importación:** Se denomina importación a la acción realizada en el comercio internacional que genera la introducción de a un país con el fin de su comercialización.
- **Fitosanitario (a):** relacionado a la prevención y tratamiento de las enfermedades o plagas de las plantas.
- **Mercado:** es el lugar que puede ser físico o no en donde se realizan actividades de intercambio de productos por otro tipo de bienes siendo estos en su mayoría monetarios
- **Oferta:** la oferta se trata de los bienes o servicios que son liberados a un mercado, para que los consumidores tengan la oportunidad de comprarlos y realizar negociaciones con ellos, se dice que la oferta sube cuando hay grandes cantidades del producto en el mercado, caso contrario se dice que la oferta baja cuando pocas o limitadas cantidades del producto en el mercado por ende el precio sería más alto.

- **Demanda:** La demanda es la cantidad de personas en un mercado que piden o reclaman cierto producto o servicio, cuando es mucha la cantidad de personas reclamando o pidiendo un producto se sabe que la demanda es alta y por ende el precio del producto sube, caso contrario si es poco el reclamo o ganas de adquirir el bien, la demanda es baja, por ende, el producto baja de precio.
- **Desarrollo sostenible:** Se entiende como Desarrollo Sostenible a aquel desarrollo que logra la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin que por ello se vean comprometidas las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades.
- **Comercio exterior:** Se establece el concepto de comercio exterior como el intercambio de servicios o de productos entre dos o más países o regiones económicas, con el fin de que aquellas naciones involucradas puedan cubrir sus necesidades de mercado tanto externas como internas.
- **Plan de exportaciones:** El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación.
- **Bebidas industrializadas:** Son aquellas bebidas donde intervienen procesos, que permiten que sean derivadas de las naturales.
- **Factibilidad:** Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

- **Incoterms:** Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.
- **Partida arancelaria:** Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos.

Capítulo III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipos de investigación

El presente trabajo de titulación se ha basado en un tipo de investigación descriptiva para su composición, empleando la metodología de la investigación documental, dedicada a la recolección de realidades teóricas en base al producto y mercados tratados; teorías que han sido debidamente interpretadas para alcanzar la construcción de conocimientos. En cuanto a esta metodología, se han aplicado tres fases, mismas que corresponden a la fase investigadora correspondiente a la recolección y contrastación de información, la fase de sistematización correspondiente al análisis de la información de recolectada, en función de constatar su veracidad.

3.2. Métodos de Investigación

3.2.1. Enfoque de investigación

El trabajo presenta un enfoque de investigación mixto, debido a que se encuentra elaborado de forma tanto cuantitativa como cualitativa, vinculando ambos métodos al momento de conceptualizar conocimientos; con respecto al método cuantitativo, se ha desarrollado la respectiva medición de los datos obtenidos, otorgando la presentación de los mismos mediante una observación externa de estos; el método cualitativo se encargó de la presentación de los hechos tal como estos han pasado, describiéndolos como un todo. Por ende, mediante el empleo de ambos enfoques, se logró realizar las debidas observaciones y toma de datos de la población bajo estudio, información sobre el fruto (maracuyá), situación económica actual de los pobladores de la parroquia la Unión, descripción de la cultura de los habitantes de Shanghái- China, etc.

3.2.2. Diseño de estudio

El diseño de estudio en primera instancia y para desarrollo de la hipótesis se ha presentado como un estudio de tipo exploratorio, en búsqueda de mostrar un panorama general del tema investigado, por lo cual se ha hecho uso de otros trabajos científicos, con tema similar, se ha realizado la recopilación de diversas teorías y conocimientos acerca del producto y la población bajo estudio, realizando la debida descripción de cada uno de los temas antes mencionados, resaltando las características primordiales de cada uno, describiendo la conformación, estructura o comportamientos de los mismos; por ende en base a esto se detalla que el segundo nivel de investigación pertenece a la investigación descriptiva, este nivel se ha utilizado también al momento de realizar la encuesta a los pobladores de Shanghái, obteniendo las características necesarias (edad, genero, población) a conocer por el presente trabajo.

3.3. Población y Muestra

En cuanto a la población, según Wigodski (2010) se entiende como:

El conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

La población del presente trabajo corresponde a los habitantes de la ciudad de Shanghái-China, a los cuales se les ha encuestado para conocer las características necesarias por el presenta trabajo, para la formulación en base a sus respuestas y por ende de su cultura, si el producto es aceptado y en qué características y presentación. Así mismo, se realizó una encuesta a los productores de maracuyá de la parroquia L a Unión.

En cuanto a la muestra, se la entiende como: “La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.” (Wigodski, 2010)

Se realizó el uso de una muestra aleatoria, puesto que no se ha empleado ningún tipo de distinción entre los encuestados, aceptando las respuestas de los pobladores de Shanghái sin importar género, edad, nivel económico social, etc. Teniendo todos, el mismo nivel de importancia.

En función de encontrar la muestra de la población de los ciudadanos de Shanghái, a ser encuestados, con el fin de obtener la pertinente información sobre el concentrado de maracuyá en el mercado referido se ha hecho uso de la siguiente fórmula, basándose en una población de 23 millones:

Encuesta a pobladores de Shanghái China

$$\frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Fuente: (Feedback , 2016)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Donde:

N =tamaño de la población =23 millones

Z_{α} =nivel de confianza =95%

p = probabilidad de éxito = 0.5

q =probabilidad de fracaso = 0.5

d =precisión (error máximo admisible) =0.05

$$\frac{23000000 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (23000000 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} =$$

$$\frac{23000000 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025(22999999) + 3.8416 * 0.5 * 0.5} = \frac{22089200}{57499.9975 + 0.9604} =$$

$$\frac{22089200}{57500.9579} =$$

384 personas

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

En cuanto a la técnica, se empleó la encuesta para obtener la información que el presente trabajo ha necesitado, y en cuanto a los instrumentos, se empearon tales como los formularios de Google, internet, utilitario de Microsoft Excel, cuestionario de preguntas.

Encuesta

Esta técnica es de uso principal y primordial para la presente investigación, puesto que, mediante un formulario de preguntas cerradas, nos permito la obtención de datos necesarios para determinar las características que los pobladores de Shanghái exigen o esperan de un producto como es el concentrado de maracuyá.

Computador e internet

El computador e internet son instrumentos tecnológicos, mediante los cuales se pudo desarrollar las respectivas investigaciones y elaboraciones tanto de la encuesta, como por medio de las redes sociales y los correos electrónicos, enviar las mismas hacia el mercado bajo estudio, así mismo gracias al computador se pudo hacer uso del utilitario Excel y los formularios de Google.

Formulario de google

Los formularios de google, son documentos electrónicos que permiten la elaboración y distribución de encuestas, mediante un formulario de preguntas, para el fácil entendimiento de las mismas, y tratamiento de la misma, este tipo de formularios permiten alcanzar mercados que se tornar casi imposible de forma física, ahorrando tiempo y dinero.

Microsoft Excel

Excel es un utilitario de la familia Microsoft, el cual está conformado por hojas digitales, que permiten el ingreso de datos numéricos, para darles tratamientos cuantitativos, durante el desarrollo del presente capítulo, se empleó el instrumento de Excel para poder darle tratamiento a la información recopilada, tabulando los datos, generando tablas estadísticas, que permitieron la obtención del respectivo análisis.

3.5. Presentación de Resultados encuesta a pobladores de Shanghái

1) ¿Usted consume jugos concentrados?

Tabla 10

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
no	100	26,04%
si	284	73,96%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

Elaborado por: Carlos Garaicoa

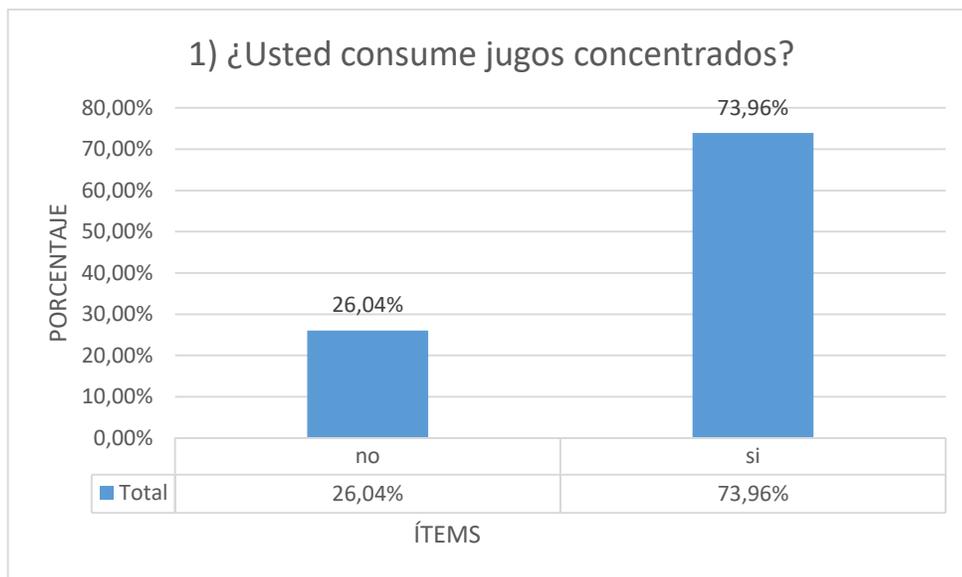


Ilustración 5 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre si el encuestado consume jugos concentrados, se encontró que el 26,04% manifestó no consumir ningún tipo de jugo concentrado, mientras que el restante 73,96% de los encuestados afirman consumir algún tipo de jugo concentrado.

2) Género

Tabla 11

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
femenino	164	42,71%
masculino	220	57,29%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

Elaborado por: Carlos Garaicoa

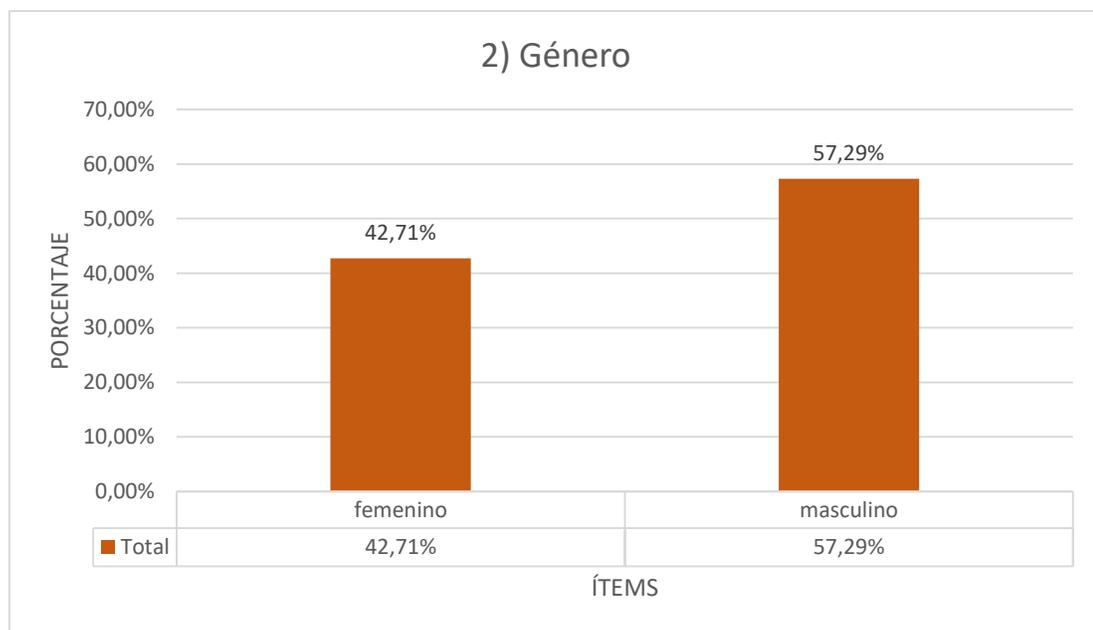


Ilustración 6 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

Resultados: En relación a la pregunta sobre el género de los encuestados, se encontró que el 42,71% de los encuestados resultaron de género femenino, encontrándose con que el 57,29% de los encuestados resultaron ser de género masculino.

3) Edad

Tabla 12

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10-20	34	8,85%
21-40	166	43,23%
41-50	164	42,71%
51 O MÁS	20	5,21%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

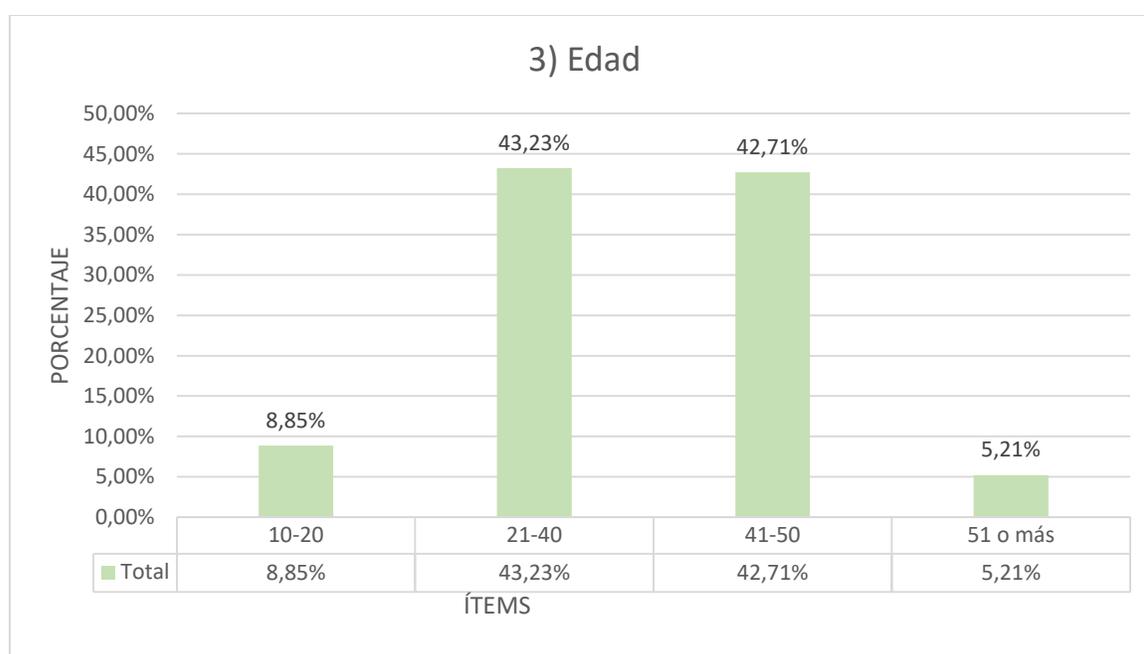


Ilustración 7 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la edad de los encuestados, se encontró que el 5,21% de los encuestados afirma tener entre 51 o más años, mientras que el 8,85% de los encuestados manifiestan estar entre los 10 y 20 años, el 42,71% señala estar entre 41 y 50 años, finalmente el mayor porcentaje de encuestados 43,23% se mantiene en edades entre 21 y 40 años.

4) ¿Conoce el concentrado de Maracuyá?

Tabla 13

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	129	33,59%
SI	255	66,41%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

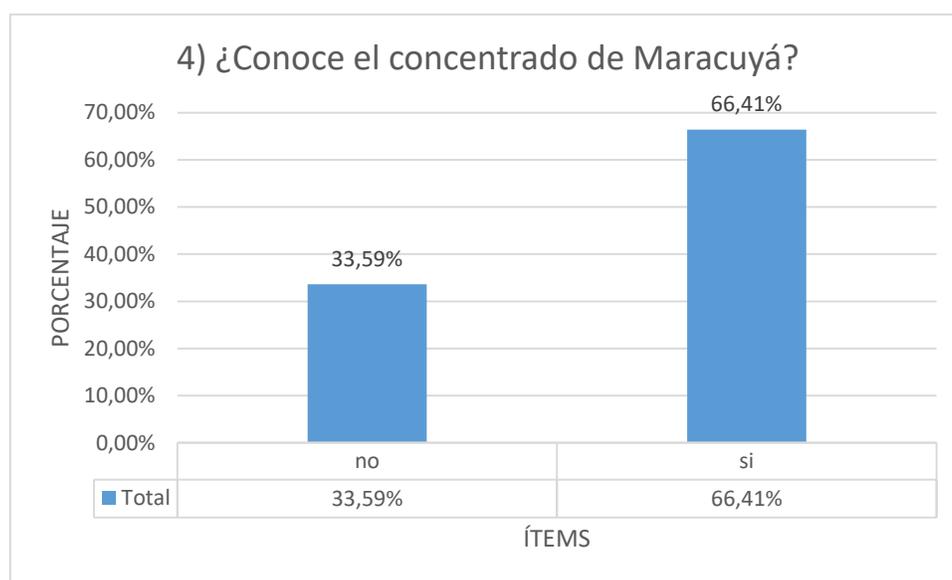


Ilustración 8 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre si el encuestado conoce acerca del concentrado de maracuyá, se encontró que el 33,59% manifestó no tener ningún tipo de conocimiento acerca del jugo de concentrado de maracuyá, mientras que el restante 66,41% de los encuestados afirman tener algún tipo de conocimiento acerca del jugo de concentrado de maracuyá.

5) ¿Con que frecuencia usted compra jugo de concentrados?

Tabla 14

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	62	16,15%
MENSUAL	24	6,25%
QUINCENAL	117	30,47%
SEMANAL	181	47,14%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

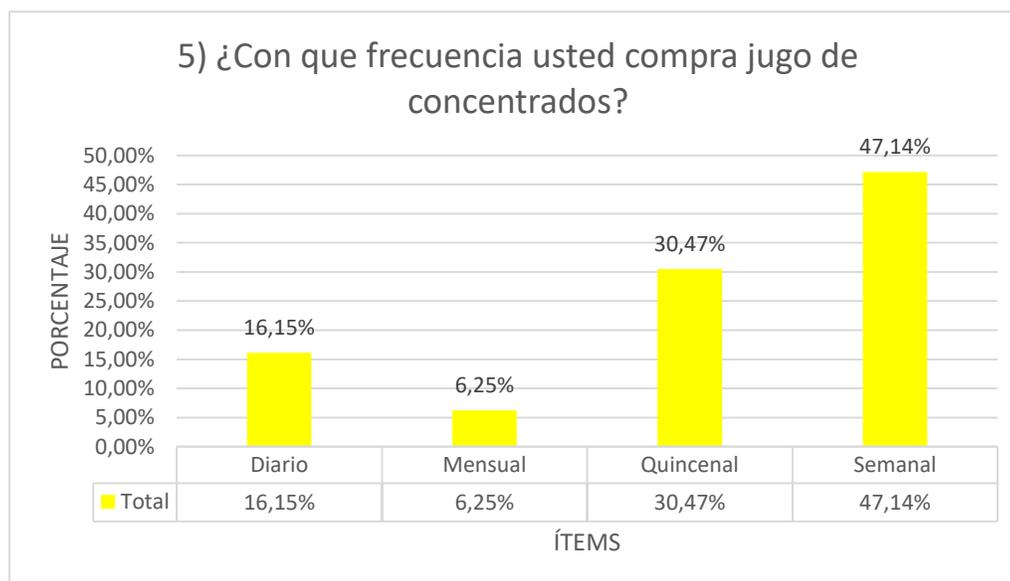


Ilustración 9 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta acerca de la frecuencia con la que los encuestados compran jugos concentrados, se encontró que el 6,25% de los encuestados afirma comprar jugos concentrados mensualmente, mientras que el 26,15% compran jugos concentrados a diario, el 30,47% señala comprar jugos concentrados quincenalmente, finalmente el mayor porcentaje de encuestados 47,14% realizan compras de jugos concentrados semanalmente.

6) ¿Generalmente donde realiza su compra de jugos?

Tabla 15

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HIPERMERCADOS	47	12,24%
SUPERMERCADOS	178	46,35%
TIENDA ONLINE	51	13,28%
TIENDAS	108	28,13%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

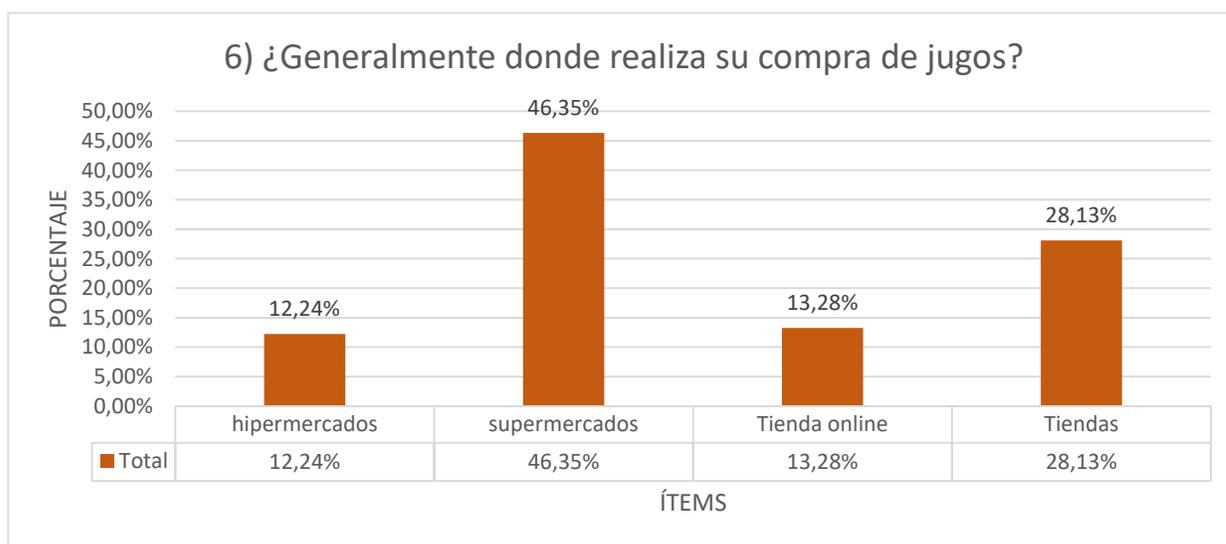


Ilustración 10 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta acerca de donde los encuestados realizan la compra de jugos concentrados, se encontró que el 12,24% de los encuestados afirma comprar jugos concentrados en hipermercados, mientras que el 13,28% compran jugos concentrados en tiendas online, el 28,13% señala comprar jugos concentrados en tiendas de su vecindario, finalmente el mayor porcentaje de encuestados 46,35% realizan compras de jugos concentrados en supermercados.

7) ¿Conoce usted que el concentrado de maracuyá ayuda a perder peso y previene enfermedades cardiovasculares?

Tabla 16

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	151	39,32%
SI	233	60,68%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

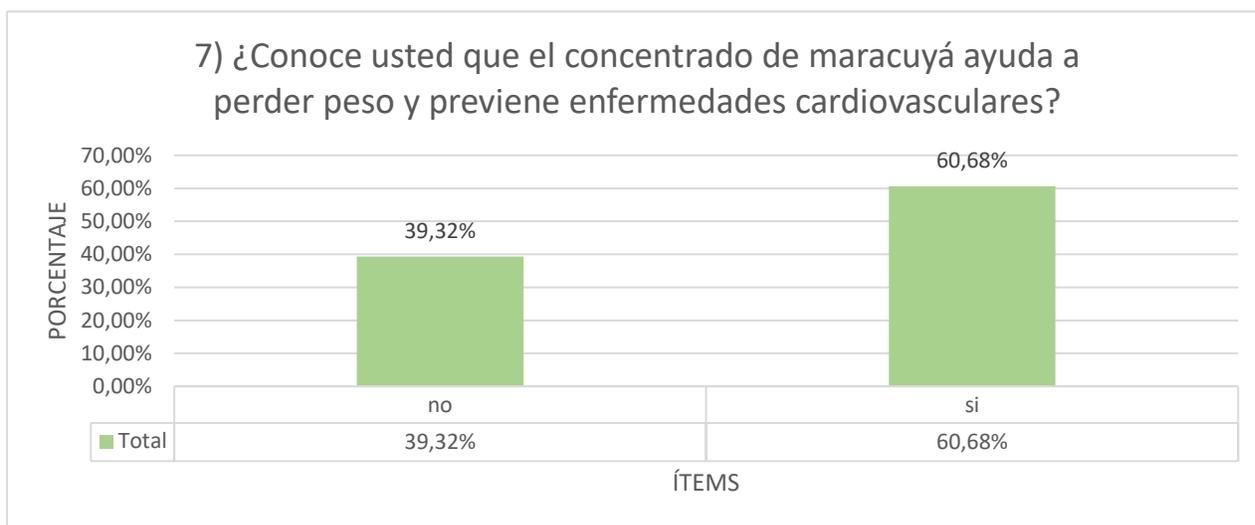


Ilustración 11 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre sí el encuestado conoce acerca del concentrado de maracuyá ayuda a perder peso y a prevenir enfermedades cardiovasculares, se encontró que el 39,32% manifestó no tener ningún tipo de conocimiento acerca de estas características del jugo de concentrado de maracuyá, mientras que el restante 60,68% de los encuestados afirman tener algún tipo de conocimiento acerca de que el jugo de concentrado de maracuyá ayuda a perder peso y a prevenir enfermedades cardiovasculares.

8) ¿Conoce usted que el concentrado de maracuyá reduce el colesterol malo y mejora la digestión?

Tabla 17

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	215	55,99%
SI	169	44,01%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

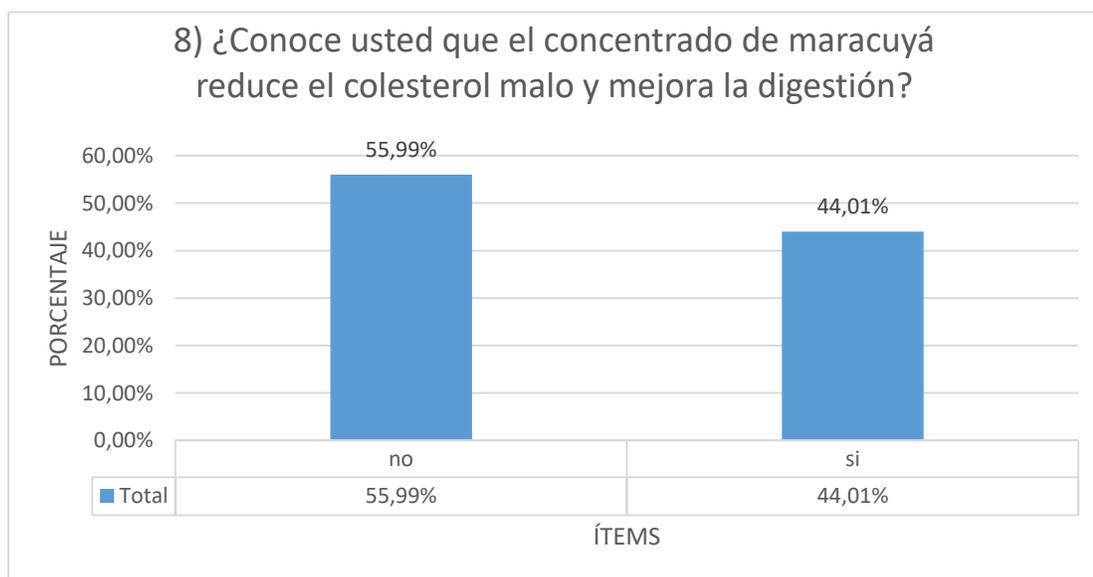


Ilustración 12 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre sí el encuestado conoce acerca de que el concentrado de maracuyá reduce el colesterol y mejora la digestión, se encontró que el 44,01% manifestó tener ningún tipo de conocimiento acerca de estas características sobre el jugo de concentrado de maracuyá, mientras que el restante 59,99% de los encuestados afirman tener algún tipo de conocimiento acerca de que el jugo de concentrado de maracuyá ayuda a reducir el colesterol y mejora la digestión.

9) ¿Le gustaría poder adquirir jugo de concentrado de maracuyá?

Tabla 18

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	71	18,49%
SI	313	81,51%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

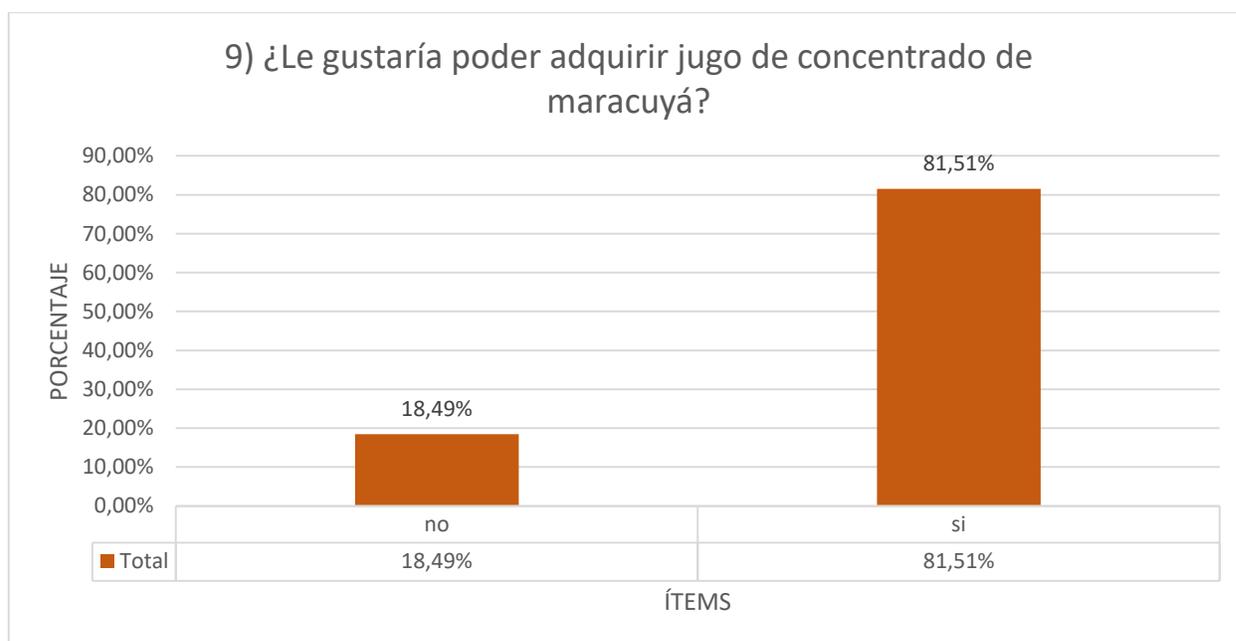


Ilustración 13 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre si al encuestado le gustaría consumir jugo de concentrado de maracuyá, se encontró que el 18,49% manifestó no tener ningún tipo de gusto en adquirir jugo de concentrado de maracuyá, mientras que el restante 81,51% de los encuestados afirman que les gustaría poder adquirir el jugo de concentrado de maracuyá.

10) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el concentrado de maracuyá?

Tabla 19

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$10.00(66.98CNY)	18	4,69%
\$2.00 (13.14CNY)	72	18,75%
\$5.00(33.49NNY)	178	46,35%
\$7.00 (46.88CNY)	116	30,21%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

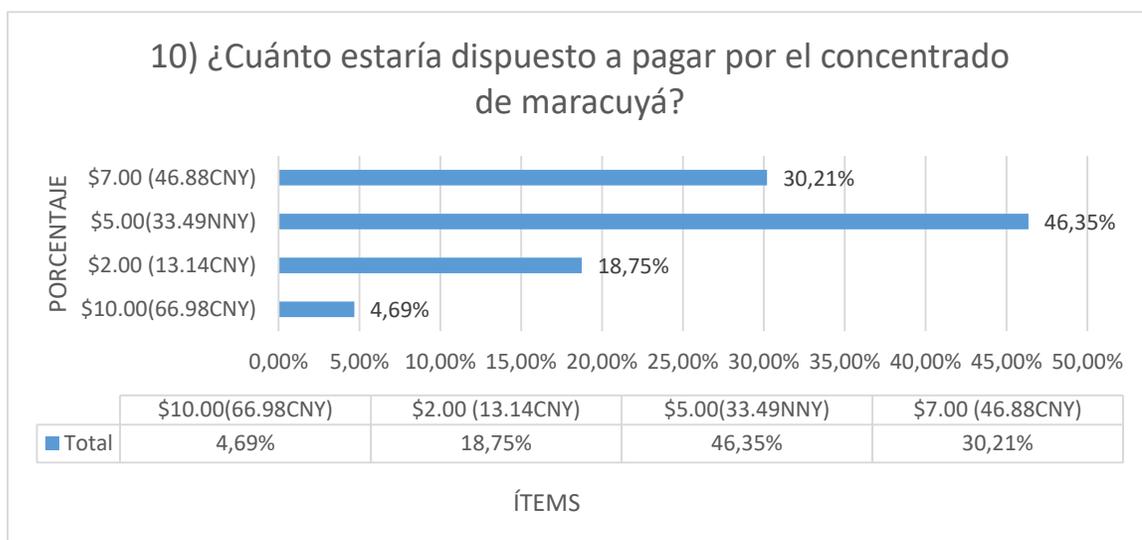


Ilustración 14 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre cuanto estaría dispuesto el encuestado a pagar por el jugo de concentrado de maracuyá, se encontró que el 4,69% de los encuestados afirma estar dispuesto a pagar un precio de \$10.00 que corresponde a 66.98CNY, mientras que el 18,75% pagaría un valor correspondiente a \$2.00 dólares americanos que corresponde a 13.14CNY, el 30,21% señala estar dispuesto a cancelar un valor de \$7.00 que corresponde a 46.88CNY por el concentrado de maracuyá, el 46,35% de los encuestados pagaría \$5.00 que corresponden a 33.49CNY.

11) ¿Qué presentación le gustaría adquirir de concentrado de maracuyá?

Tabla 20

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BOTELLA DE PLÁSTICO	215	55,99%
BOTELLA DE VIDRIO	169	44,01%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

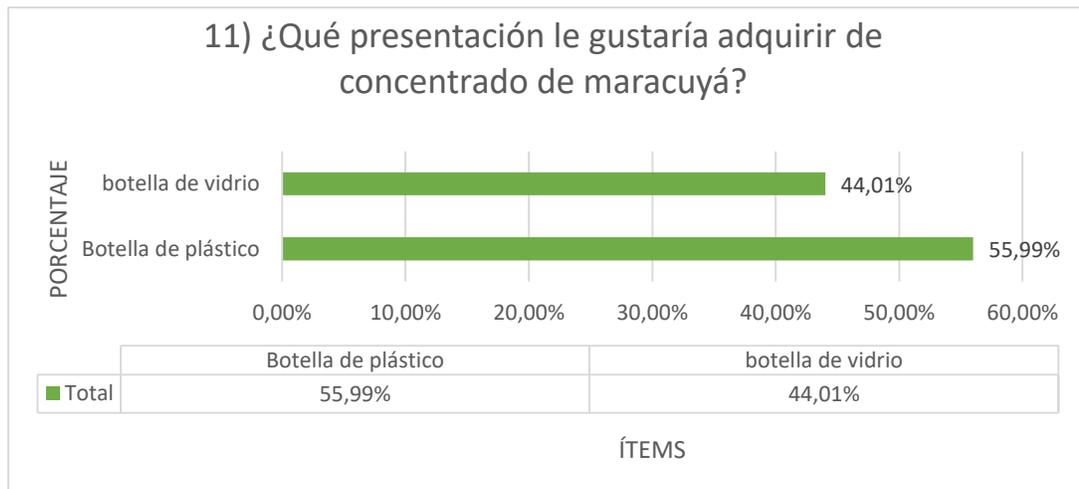


Ilustración 15 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre en qué tipo de envase le gustaría al encuestado adquirir el concentrado de maracuyá, se encontró que el 44,01% de los encuestados afirma preferir una presentación en botella de vidrio, mientras que 55,99% prefieren adquirir el concentrado de maracuyá en una presentación de botella de plástico.

12) ¿Qué dimensiones del tamaño del envase le gustaría consumir?

Tabla 21

Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1800 CC	13	3,39%
200 CC	79	20,57%
400 CC	203	52,86%
900 CC	89	23,18%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Elaborado por: Carlos Garaicoa

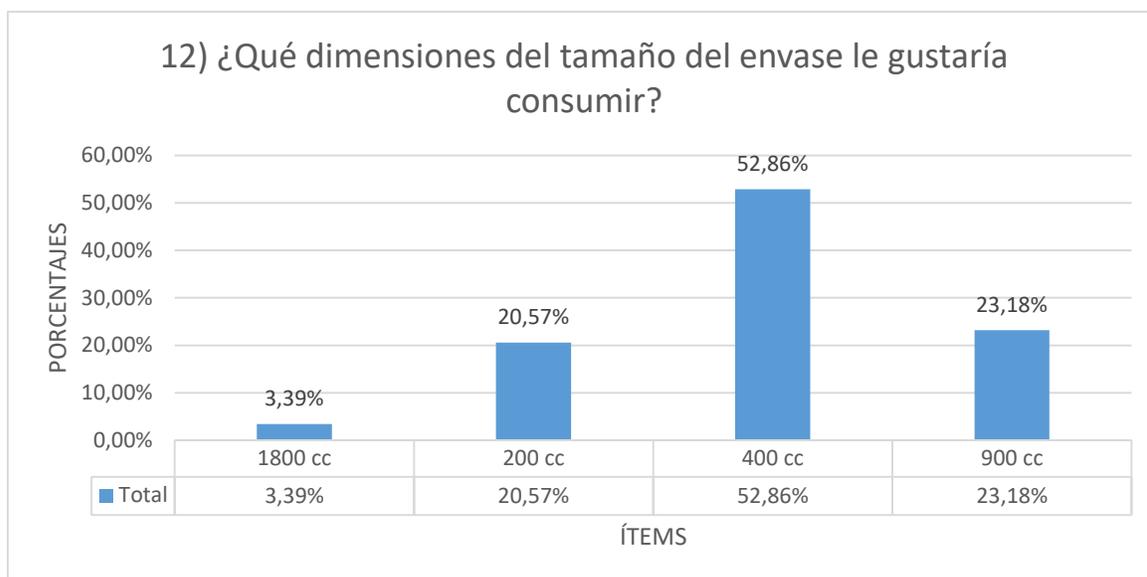


Ilustración 16 Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China. **Fuente:** Encuesta realizada a los habitantes de Shanghái-China.

Resultados: En relación a la pregunta sobre las dimensiones del envase que le gustaría al encuestado adquirir para su consumo, se encontró que el 3,39% de los encuestados afirma preferir un envase con dimensiones de 1800 cc, mientras que 20,57% prefieren un envase con dimensiones de 200 cc, el 23,18% señala preferir un envase con dimensiones de 900 cc, y el 52,86% de los encuestados, prefirieron un envase con dimensiones de 400 cc.

3.6. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta a los habitantes de Shanghai-China.

Mediante la información obtenida a través de la encuesta y el análisis de los datos, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se encontró que un total de 73,96% del 100% de la población encuestada, lo que concierne a 284 personas de las 384 personas, aseguraron consumir jugos concentrados, de estas 384 personas, 220 fueron de género masculino y 164 de género femenino, siendo personas de edades entre los 21 y los 40 años, los que presentaron mayor porcentaje de respuestas, considerando esta población como gente joven, que aseguran en un 66,41% tener noción acerca del concentrado de maracuyá.
- Se encontró que 181 personas que representa el 47,14% de la población encuestada, realizan compras semanales de concentrados, eligiendo los supermercados como la mejor opción para comprar los mismos, seguido por las tiendas, y se notó que hay una tendencia en aumento por la compra de jugos concentrados vía online.
- En cuanto al conocimiento sobre las ventajas del concentrado de maracuyá, se determinó que él 60,68% de la población conoce que el concentrado de maracuyá ayuda a perder peso y a prevenir enfermedades cardiovasculares, sin embargo, el 55,99% desconoce que el concentrado de maracuyá reduce el colesterol y mejora la digestión.
- El 81,51% de la población que equivale a 313 personas de los encuestados, se mostró dispuesto a consumir el concentrado de maracuyá, eligiendo una presentación en botella de plástico de 400 cc, a un precio estimado de \$5.00 que corresponden a 33.49CNY, dinero utilizado en Shanghai.

Capítulo IV

Propuesta

4.1. Título de la Propuesta

Plan de exportación de concentrado de maracuyá como herramienta para promover el desarrollo productivo de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.

4.2. Justificación de la Propuesta

La propuesta del presente trabajo de titulación, se justifica en la abundancia de sembrío de maracuyá en el país, suficiente para la elaboración, distribución y comercialización de un producto tecnificado a partir de la misma fruta, como la elaboración de concentrado de maracuyá empacado en una presentación de plástico de 250 gr, cumpliendo todas las normas sanitarias necesarias para la manipulación de alimentos. Se ha identificado una necesidad poco cubierta en el país de China, y esta es la del consumo de jugos concentrados exóticas por parte de personas adultas y estudiantes del área, a pesar de la necesidad y el deseo de consumirlas no encuentran la oferta necesaria para satisfacerla, es por eso que se elaboró el diseño de un plan de exportación hacia los agricultores de La Unión para que estos logren satisfacer ese nicho de mercado que se mantiene presente. La competencia para este producto es en la gran mayoría de manera informal y casi inexistente, por lo que el producto busca llevar algo más industrializado, pero sin dejar de lado el sabor natural de la fruta, sin utilizar conservantes ni químicos que puedan alterar su frescura. Después de analizar todos los factores críticos del proyecto como son el mercado potencial, la demanda estimada, el costo de producción, se llegó a la conclusión que el proyecto es viable, de relativo bajo costo para

iniciar y que genera utilidades atractivas para desarrollar la productividad de los habitantes de La Unión.

4.3. Importancia de la propuesta

La importancia en cuanto a la propuesta reside en el desarrollo de un plan de exportación, mismo que corresponde a las técnicas y el camino que se ha trazado para la exportación de concentrado de maracuyá, evitando cualquier tipo de inconveniente de diversa índole durante el proceso de exportación, para lo mismo, se ha detallado y explicado en puntos posteriores, los pasos a seguir para poder obtener el concentrado de maracuyá, así como los pasos a realizar para poder registrarse como un exportador habilitado y en plena capacidad de realizar dicha función.

Así mismo la importancia de la presente propuesta radica en el desarrollo de productores que logren satisfacer la necesidad de jugo de frutas concentrado, en el mercado chino, a través de procesos de alta calidad, innovación tecnológica y mejora continua, con un recurso humano altamente capacitado y comprometido, que promueve y mantiene relaciones de lealtad y compromiso con los clientes, proveedores, personal y la comunidad a la que nos debemos.

Logrando que se constituyan como líderes, en la exportación y procesamiento de concentrado de maracuyá en el mercado chino y elaborando productos que satisfagan las necesidades de los clientes, brindando una propuesta de valor diferenciada.

4.4. Objetivo General de la Propuesta

Elaborar un plan que permita la exportación de jugo de concentrado de maracuyá ecuatoriano mediante la cadena logística para el progreso económico de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.

4.5. Proceso de exportación comprendido en la propuesta



Ilustración 17 Proceso de exportación comprendido y explicado en el presente trabajo de titulación. **Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

4.6. Plan de exportación

Alrededor del mundo, se crean negocios, en base a ideas novedosas y rentables, sin embargo, los comerciantes en su afán de conquistar mercados, terminan hundiendo su negocio y con ellos mismos sus inversiones, debido a la existencia de diversas complicaciones o erróneas interpretaciones de la ley aduanera, la falta de preparación y entendimiento de los elementos que incurren en una exportación, es la razón primordial para la existencia de un plan de exportación.

Sin embargo ¿Cuál es la ruta o camino a seguir?, ¿Qué acciones se deben tomar?, una buena idea, un gran producto, no son la clave al éxito, sin el debido plan que los direcciona; la clave consiste en la globalización estructurada, planeada, dirigida, conociendo las normas, reglamentos, leyes, acuerdos y los mejores beneficios entre los mismos.

Es gracias a la planificación, que se alcanza la globalización deseada, el plan de exportación ha conestado por herramienta guía que facilite y direcciona al agricultor de La Unión a comercializar correctamente su producto en mercados internacionales; no obstante el presente plan de exportación, no figura como guía única de consultas, puesto que las reglas y leyes se mantienen en constantes cambios y evolución, sin embargo se fundamenta como base para el correcto entendimiento de las normativas aduaneras ecuatorianas que permite una exitosa primera exportación.

4.6.1.1. Requisitos para exportar

Registro del exportador

Para poder llevar a cabo el régimen de exportación se debe primero cumplir con ciertos pasos a seguir, los cuales otorgan un registro que autorice a la persona a exportar, este registro es llamado "registro del exportador"; habiendo esclarecido esto se continua a enumerar los pasos a seguir para obtener dicho registro según la (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015):

1. Obtención del Ruc.
2. Obtención del certificado digital para obtener la firma electrónica (el certificado es otorgado por "el Banco Central del Ecuador" y "Security Data")
3. Se deberá realizar el debido registro en el portal del Ecuapass. Para lo cual se deberá:

- Actualizar datos en el Ecuapass
- Crear el usuario y la contraseña en el Ecuapass
- Se deberá aceptar las políticas de uso del sistema Ecuapass
- Finalmente registrar la firma electrónica en el sistema Ecuapass

Registro de exportador en el Ecuapass

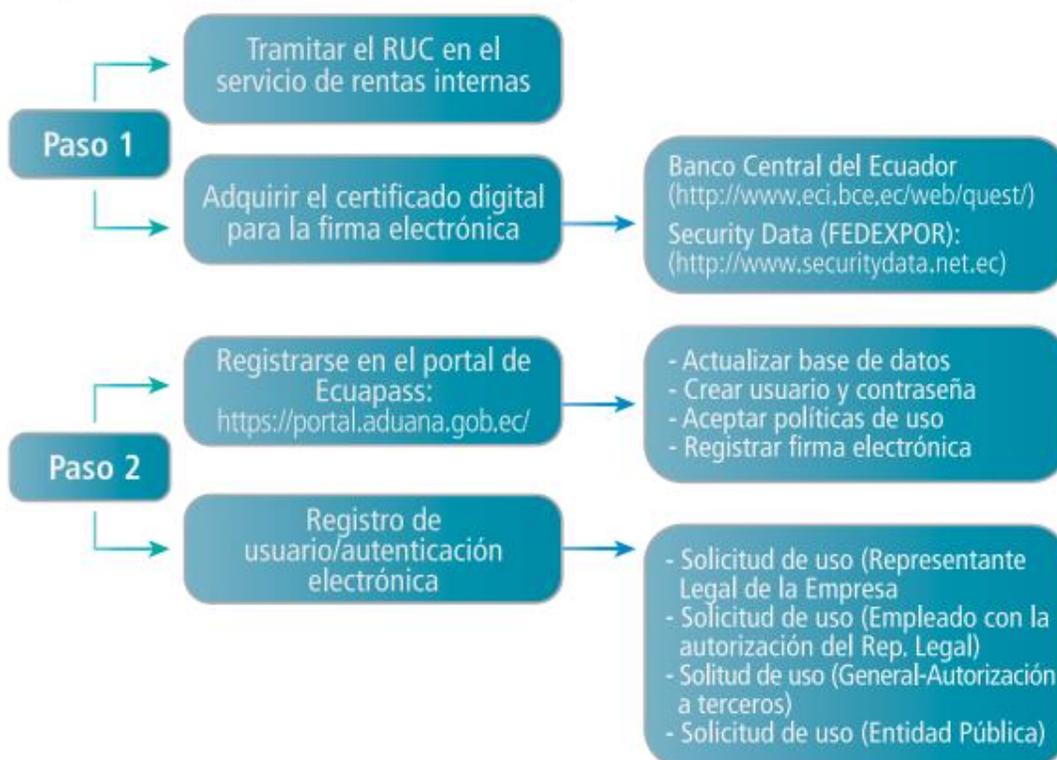


Ilustración 18. Registro en el ECUAPASS. **Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

Luego de esto se deberá realizar la tramitación necesaria para la generación de “DJO” (Declaración Juramentada de Origen) este documento será emitido por la “VUE” (Ventanilla Única Ecuatoriana) documento necesario para la obtención del certificado de origen el cual se requiere para realizar una exportación y que es el comprobante de la nacionalidad y procedencia de las mercancías. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

4.6.1.2. Documentos pre-embarque

Una vez que sean generados y realizados todos los pasos anteriores y se tiene en poder los documentos y permisos necesario para realizar una exportación se da proceso a los pasos necesarios a seguir para poder realizar una exportación. Este nuevo proceso da inicio con la "etapa de Pre-Embarque" esta etapa se basa en la emisión de un documento "declaración aduanera de exportación", la cual crea una relación legal entre el exportador y la aduana, en la cual manifiesta su intención de exportar una mercancía y le adjunta el exportador los respectivos documentos necesarios como la factura. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

4.6.1.3. DAE

En la "Declaración aduanera" se encuentran una lista de datos que informan a la aduana ¿quién exporta? ¿A dónde se exporta? ¿que se exporta? Y ¿Cuánto se exporta? A continuación, se detallará la información correspondiente a contener en una "DAE" según Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2012):

- Datos del exportador
- Descripción de la mercancía
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Especificaciones de las características de la carga

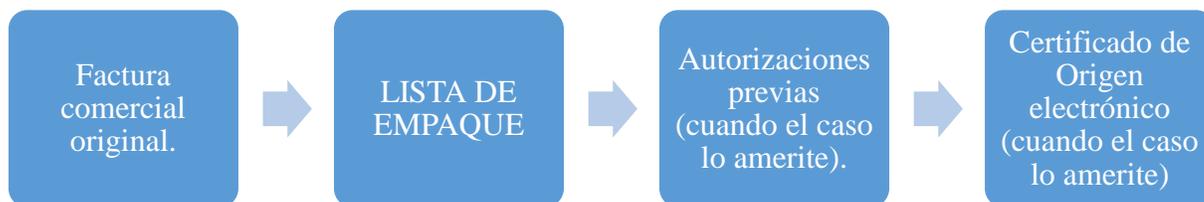


Ilustración 19. Documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS. **Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015).

4.6.1.4. Negociación de tarifa de exportación

En esta sección se debe realizar la emisión del documento de cotización en donde se detallan los costes que se le generan al exportador por la acción de exportar una mercadería.

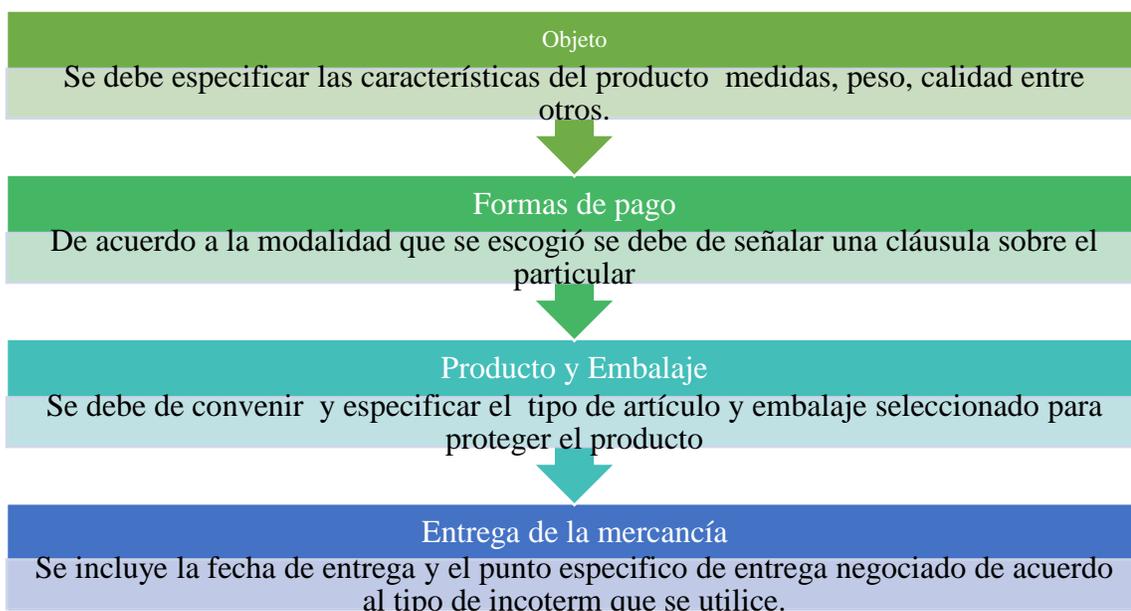


Ilustración 20. Elemento de una emisión. **Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015).

4.6.1.5. Embarque

El embarque es el paso en el cual la mercancía es depositada en uno de los tres distintos distritos existentes, correspondientes a vía marítima, vía aérea o vía terrestre. Para el presente trabajo, el distrito que se utilizó, fue el marítimo, realizando la exportación a través de un buque

de carga, por vía marítima desde el puerto de origen (puerto de esmeraldas) hasta el puerto de destino (puerto de Shanghái)

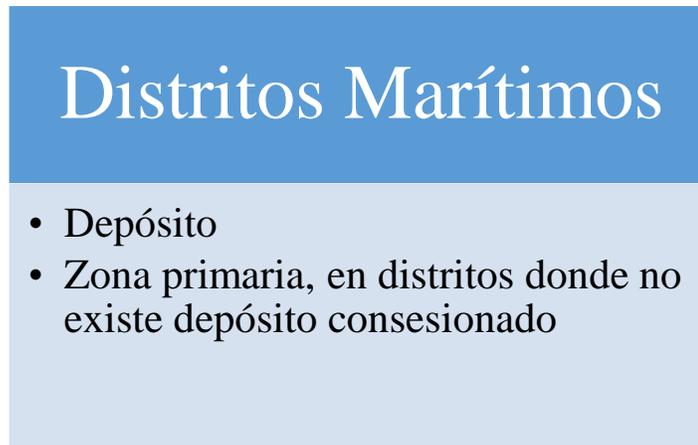


Ilustración 21. Distritos del medio de transporte. **Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

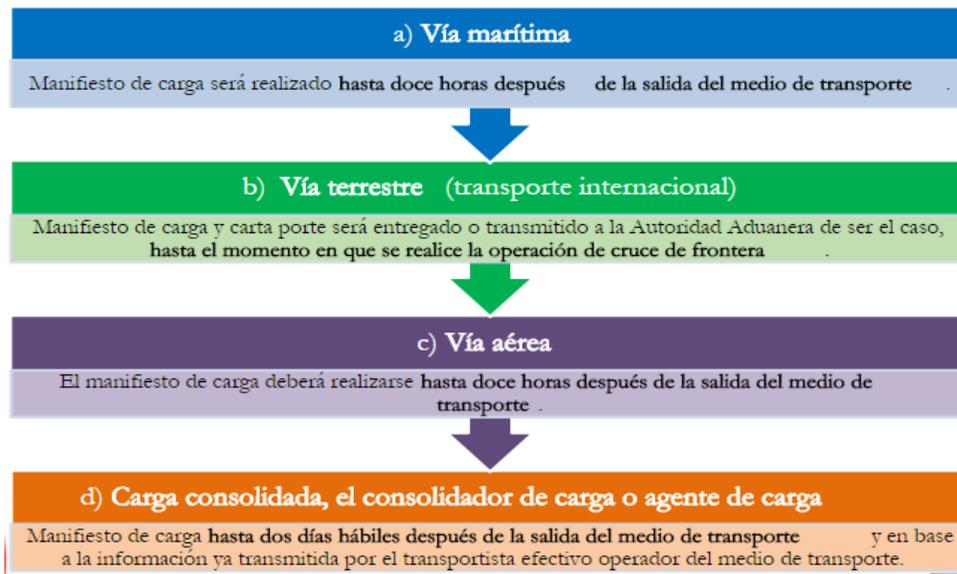


Ilustración 22. Transmisión del documento de transporte **Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

4.6.1.6. Etapa Post-Embarque

Se debe realizar la RDAE “Regularizar declaraciones aduaneras de exportación” lo cual se debe realizar en secretaria nacional de aduanas del Ecuador, y una vez realizada la regularización de la declaración de exportación, se obtendrá el DAE definitivo, dando por culminada la exportación para consumo. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

Para marcar la DAE como regularizada se deberá contar con los siguientes documentos, proceso que cuenta con 30 días hábiles.

- Copia de la factura comercial
- Copia de lista de empaque
- Copia de certificado de origen
- Copias no negociables de documentos de transporte multimodal

4.6.1.7. Medio de transporte

Ficha del transporte

En cuanto a la selección del medio de transporte más idóneo para el negocio, se debieron tomar, diversas observaciones en cuestión de ventajas y desventajas, tales como precio, tiempo de entrega, accesibilidad, costos y su inferencia en el precio. Razones por las cuales se determinó que el medio a usar sería el buque de carga mediante la vía marítima saliendo desde el puerto de Esmeraldas, arribando al puerto de Shanghái en China.

Tabla 22

Información del transporte

Ficha informativa del transporte	
País de origen	Ecuador
Puerto de origen	Puerto de Esmeraldas
País destino	China
Puerto de desembarque	Puerto de Shanghai
Embalaje a usar	Cajas de cartón, cubierto de plástico
Contenedor a usar	Contenedor reefer
Envase del producto	Envase de plástico de 250 gr
Medio de transporte	Buque carguero
Modo de transporte	Marítimo

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.6.1.8. Unidad de transporte

Contenedor

Por la naturaleza del producto que se ha exportado, se ha utilizado un contenedor de 20 reefer dado que al ser el producto perecible este necesita estar a una temperatura fría para mantener su estado fresco, el precio referencial en el mercado para un contenedor reefer según la empresa TIBA (2016) es de: -USD 5,600/ 20.

4.7. Localización

Como localización se estableció tanto al puerto de Esmeraldas, junto al río Esmeraldas, tanto como la parroquia La Unión, ubicada en la provincia de Esmeraldas, lugar donde se produce el sembrío y cosecha del maracuyá, y donde se ha efectuado el proceso de transformación, para la obtención del concentrado de maracuyá; la siguiente localización ha sido el puerto de Shanghái ubicado en el país de China.



Ilustración 23 localización del puerto de Esmeraldas. **Fuente:** Google Maps



Ilustración 24 localización del puerto de Esmeraldas. **Fuente:** (Google maps, 2016)

4.8. Logística de exportación

4.8.1. Condiciones del transporte

Para lograr asegurar el producto durante la manipulación, carga, tiempo de viaje, descarga, transporte hacia los lugares de venta, se especificó las condiciones necesarias, para que el producto se mantenga en buen estado.

- Correcta refrigeración
- Embalaje que lo proteja de golpes
- Seguridad básica de manipulación y transporte
- Evitar calores extremos
- Evitar malos olores

4.8.2. Negociación de INCOTERM.

Los INCOTERMS son términos comerciales internacionales para la realización de transacciones de exportación e importación. Un INCOTERM representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta la recepción por el país importador.

El INCOTERM FOB ha sido traducido como “Libre a bordo”. Como su nombre lo indica, sólo aplicará para envíos por tráfico marítimo. Es uno de los INCOTERMS más comunes en el mundo, especialmente cuando se importa de China. Las características de este término son:

Los productos se entregan a bordo del buque/navío/embarcación elegida por el importador. Esto quiere decir que el exportador tendrá todas las responsabilidades desde su oficina hasta el puerto marítimo y tendrá que cargar el contenedor hasta que esté dentro del barco.

Se utiliza sólo en transporte marítimo, sea por mar o por río.

4.8.3. Negociación de la forma de pago.

Se ha de realizar un contrato con el cliente en el cual el mismo se comprometa a entregar el 30% como anticipo por el producto del primer mes y luego se realicen pagos a los cinco días de llegado el producto. Estos pagos se han de realizar mediante transferencia bancaria.

4.8.4. Empaque, etiquetado y embalaje del producto

Envase: Todo continente o soporte destinado a:

- Contener el producto,
- Facilitar el transporte, y

- Presentar el producto para la venta.

Por envase se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos. En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo.

El tipo de envase a emplearse, será botellas de plástico de 400 cc, las que contendrán el producto de concentrado de maracuyá, desde la fábrica hasta que el cliente final disfrute del producto.

Empaque: se define como cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. Op.cit. 10 3.

Embalaje: son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. Embalaje en una expresión más breve es la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte.

Etiquetas: Específicamente, los productos denominados como refrescos y bebidas de jugo (zumo), pulpa o concentrados de fruta (que cuentan con contenidos bajos de jugo de fruta) no pueden ser comercializados y publicitados como jugo (zumo), evitando el uso de apelativos por los consumidores que no son acordes con el contenido real de fruta.

Tabla 23*Reglas de embalaje y etiqueta en el mercado chino*

Reglas de embalaje y etiqueta en el mercado chino	
El embalaje	Tiene que ajustarse a las reglas sanitarias y de seguridad. El material de embalaje no puede ser tóxico o peligroso y debe ser fácilmente degradable y reciclable. Todos los embalajes en madera deben incluir el sello IPPC, o serán sometidos a otras exigencias
Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado	Todos los productos vendidos en China deben tener sus etiquetas y anotaciones en chino.
Unidades de medida autorizadas	En China se usa el sistema métrico, pero también algunas medidas chinas.
Marcado de origen "Hecho en"	La información sobre el país de origen ha de estar claramente indicada (Hecho en Ecuador)
Normativa relativa al etiquetado	Nombre y dirección del distribuidor registrado en el país.
Reglamentos específicos	Las etiquetas de los productos alimentarios tienen que incluir el peso neto, la lista de ingredientes, la dirección del distribuidor chino, la fecha de producción y la de caducidad. La Administración Estatal China para la Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ en inglés) es el organismo competente para la gestión del etiquetado. Todos los embalajes de madera deberán llevar una marca IPPC, o serán sujetos a requisitos adicionales. Los productos que requieren la marca CCC (certificación obligatoria de China), además de someterse a un proceso de solicitud y de pruebas, deben tener la marca aplicada a los productos antes de entrar o que se venden en China.

Fuente: (CHINA: EMPAQUES Y NORMAS, 2016)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Contenedor: El Reefer, estos contenedores son de tipo refrigerados, y poseen las mismas medidas que los contenedores comunes, pero poseen un sistema de conservación de calor o frío y termostato. Los mismos deben estar conectados tanto en el buque como en la terminal, incluso en el camión si fuese posible o en un generador externo para cargas que requieren de temperaturas constantes, regulación de la temperatura mediante un sistema frigorífico propio del contenedor.

Diseñado para cargas que requieran temperaturas constantes debajo o por encima del punto de congelación.

Medidas: 5,5 x 2,2 x 2,2 / 28 m³

4.9. Análisis del producto en el mercado objetivo y plan de marketing.

4.9.1.1. Ficha del producto

Se completó la ficha técnica del producto, misma que cuenta con los datos necesarios a saber, según el objeto bajo estudio del presente trabajo, se elaboró la ficha informativa del concentrado de maracuyá.

Tabla 24

Ficha informativa del concentrado de maracuyá

Ficha informativa del concentrado de maracuyá	
Nombre	Concentrado de maracuyá
País exportador	Ecuador
País importador	China
Partida arancelaria país exportador	2009.80.12.00
Partida arancelaria país importador	2009.80.12.00
Moneda con la que se efectúa la venta	Dólares americanos (Usd)
Envase del producto	Envase plástico.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.9.1.2. Partida arancelaria sugerida

Tabla 25

Partida arancelaria del concentrado de maracuyá

Sección IV:	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 20:	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
Partida Sist. Armonizado 2009:	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas.
SubPartida Sist. Armoniz. 200980:	- Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza (incluso 'silvestres')
SubPartida Regional 20098012:	--- De `maracuyá` (parchita) (<i>Passiflora edulis</i>)

Fuente: (PRO ECUADOR, 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.9.1.3. Análisis del producto en el mercado de China

Según la técnica de la encuesta que se realizó a los habitantes de Shanghái se encontró que un total de 313 de las 384 personas que fueron encuestadas se mostraron interesados en poder consumir el concentrado de maracuyá, al tiempo que se mostraron sorprendidas por los beneficios que otorga el consumir este producto.

4.9.1.4. Canal de distribución

En cuanto al canal de distribución que se empleó, resultó indirecto, siendo la producción del producto en la parroquia La Unión-Esmeraldas, y se ha de comercializar en Shanghái a través de un intermediario, encargado de la distribución del producto a las principales cadenas de alimentos del país seleccionado.

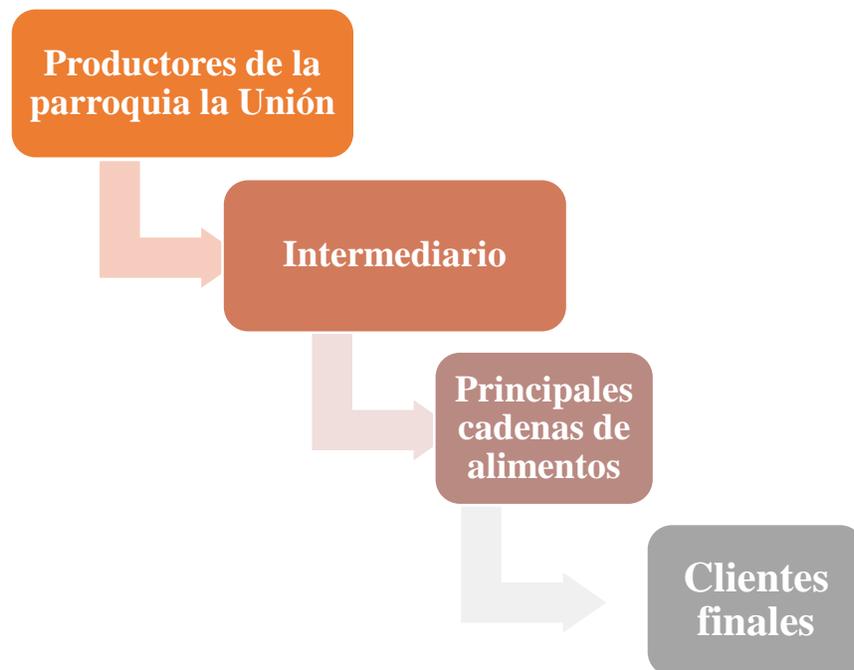


Ilustración 25 Canal de distribución. **Fuente:** investigación.

4.9.1.5. Marketing mix

El producto bajo estudio, se trata del concentrado de maracuyá, mismo que se ha de exportar hacia el mercado de Shanghái en China, producto aceptado por su sabor fuerte y beneficios a la salud; el producto ha sido distribuido en un envase de plástico de 250 gr. El marketing mix, se conforma por el producto, el precio, la plaza y la promoción:

Producto

El concentrado, hace mención al hecho de que el mismo jugo del maracuyá, se encuentra aglutinado o condensado para que este se sienta con un sabor más fuerte. El producto será distribuido en envases plásticos de 250 gr.

Precio

La fijación del precio resulta de gran importancia, tanto para garantizar la aceptación del producto en el mercado seleccionado, no obstante, se tuvo en consideración que la economía de Shanghái se mantiene en desarrollo, contando con un PIB en aumento, constituyéndose como una de las mayores potencias turísticas de China. De igual forma el precio debió representar rentabilidad y ganancias a los agricultores de la parroquia La Unión, para que el proceso de exportación y venta se haya considerado rentable.

Plaza

En cuanto a la plaza y al canal de distribución que se ha de emplear, la plaza resulta indirecta, siendo la producción del concentrado de maracuyá en la parroquia La Unión-Esmeraldas, y se espera comercializar en Shanghái a través de un intermediario, encargado de la distribución del producto a las principales cadenas de alimentos del país seleccionado.

Promoción

En cuanto a la promoción del producto en el mercado de Shanghái, se ha de utilizar las redes sociales, empleando campañas visuales digitales, como videos en vivo (Facebook, Snapchat), el

empleo de hashtags con referencias al producto, también se realizaron pruebas de consumo por partes de las grandes cadenas alimenticias.

4.9.1.6. Ficha del mercado bajo estudio

Tabla 26

Ficha informativa de Shanghái-China

Ficha informativa del mercado bajo estudio	
País destino	China
Mercado bajo estudio	Shanghái
Moneda	yuan (CNY)
Puerto de recepción	Puerto de Shanghái
Transporte marítimo	Buque de carga
Posición geográfica	31°13'19"N 121°29'22"E
clima	subtropical
idioma	Chino mandarín, inglés
PIB	114 millones de dólares

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.9.1.7. Materiales y materias primas

Equipamiento necesario para obtener concentrado de maracuyá

Tabla 27

Equipamiento necesario para producción

Equipamiento necesario para obtener concentrado de maracuyá	
1	Cortadoras
2	Recipientes de plástico y vidrio
3	Tablas de trabajo
4	Ollas de acero para el chocolate
5	Cuchillas
6	Materiales desinfectantes
7	Guantes
8	Pinzas
9	Balanzas
10	congelador

Fuente: (PRO ECUADOR, 2015)

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.10. Demanda

La demanda del concentrado de maracuyá, se ha visto en aumento, gracias a las propiedades que posee el mismo, así como su intenso y delicioso sabor, se conoce bien que los habitantes de la China, se caracterizan por gustar de sabores fuertes y excéntricos, mostrando especial gusto por los productos y alimentos que cuiden de la salud y provea energía sin perder la naturalidad (que no posea demasiados químicos) del producto, razón por la cual se ha determinado que la demanda del concentrado de maracuyá ha crecido en el mercado de Shanghái.

4.11. Oferta

En cuanto a la oferta exportable del fruto maracuyá de los agricultores de la parroquia La Unión, a ser tecnificados y transformados en el producto concentrado de maracuyá, la misma se ha determinado en cifras registradas que indican que la exportación de maracuyá como jugo en su presentación de concentrado llego a 11.349 toneladas, siendo la parroquia La Unión poseedora de 10.000 hectáreas de cultivo del fruto de la pasión. Así mismo se ha tomado como oferta a la competencia directa en cuanto a bebidas que se oferten y comercialicen en el mismo mercado.

4.12. Precio

Como ya se estableció en puntos anteriores la fijación del precio resultó de gran importancia, tanto para garantizar la aceptación del producto en el mercado seleccionado, dado que hubiesen existido complicaciones en caso que le precio resulte mayor a la capacidad adquisitiva de la población del mercado seleccionado no obstante, se tuvo en consideración que la economía de Shanghái se mantiene en desarrollo, contando con un PIB en aumento, constituyéndose como una de las mayores potencias turísticas de China. De igual forma el precio debió representar rentabilidad y ganancias a los agricultores de la parroquia La Unión, para que el proceso de exportación y venta se haya considerado rentable.

4.13. Fijación de precios

Para realizar la fijación del precio se hizo uso del método de la fijación de precios a partir de costo más utilidades. Se determinó un precio al concentrado de maracuyá que permitió a los agricultores de la parroquia La Unión, obtener un margen de rentabilidad del 25%.

Tabla 28*Costos indirectos*

Costos indirectos			
Detalle	cantidad	c. unitario	c. mensual
Envase de plástico	1.600	1.80	2.880,00
Etiquetas	1.600	1.00	1.600
cartón	160	1.00	160
Total, costos indirectos			4.640,00

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Tabla 29*Costo total de producción*

Costo de producción	
Materiales directos	\$6,550.05
Mano de obra directa	\$2,384.00
Costos indirectos de fabricación	
Mano de obra indirecta	\$5,630.62
Otros costos indirectos	\$4,640.00
Total	\$19,204.67

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.14. Gasto de exportación

Tabla 30

Gasto de exportación

Gasto de exportación	
Valor del embarque	\$8,887,00
EXW	\$8,887,00
Unitarización	\$4,250,92
FCA/FAS	\$13,137,92
Transporte interno	\$985.70
seguro	\$560.00
Manipuleo Embarque	\$800.00
Agentes	\$972.22
Documentación	\$700.00
TOTAL	\$26,042.84

Precio de venta

Costo producto = 19,204.67

Gasto exportación = 26,042.84

Total = 45,247.51

Costo unitario total = $\frac{\text{costo prod.} + \text{gtos export}}{\text{unidades}} =$

$$\frac{45,247.51}{9600} = \$4.71$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{costo unitario}}{1 - \% \text{margen}(25\%)} =$$

$$\frac{4.71}{0.75} = \$6.28$$

4.15. Presupuesto de ingresos

En relación a la oferta de producción de los agricultores de maracuyá de la parroquia La Unión, es conocido por medio de investigaciones y encuestas realizadas, que estos agricultores poseen una cosecha de 2'400.000 gr; logrando obtener un total de 9.600 empaques de 250 gr cada mes aprovechando que el cultivo de este fruto se da durante todo el año en Ecuador.

Tabla 31

Capacidad de Producción

Producto	Capacidad mensual	Unidades mensuales	Unidades semestrales
Concentrado de maracuyá	de 2'400.000 gr	9.600 envases	57.600 envases

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Como se demostró, la capacidad productiva de concentrado de maracuyá de la parroquia de La Unión, se basa en 2'400.000 gr de concentrado de maracuyá; previamente se había seleccionado que el envase plástico, en el cual se distribuye el producto posee una capacidad de almacenamiento

de 250 gr, se obtiene un total de 115.200 empaques anuales a ser exportados al mercado de Shanghái. En estimación a ventas del primer periodo, a un valor unitario de \$6.28 dólares se obtendría un ingreso de 723,456.00 dólares americanos, obteniendo un incremento del 5% anual se obtiene.

Tabla 32

Estimación a ventas

Producto	Unidades anuales a \$6.28 c/u
Envase de 250 gr	115.200 envases
TOTAL	723,456.00

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Tabla 33

Estimación de producción a cinco años

Producción		
Periodo anual	Producción envases anual	Incremento
1	115.200	5%
2	120.125	5%
3	127.008	5%
4	133.358	5%
5	140.025	5%

Fuente: investigación

Elaborado por: Carlos Garaicoa

4.16. Flujo de caja mensual en US\$

Tabla 34

Flujo de caja mensual en US\$

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ACUMULADO
INGRESOS	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	60.330,01	723.960,16
COSTOS	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	45.216,00	542.592,00
GASTOS OPERATIVOS	5.845,00	5.845,00	5.845,00	5.845,00	5.845,00	5.845,00	5.845,00	5.845,00	6.257,80	6.257,80	6.257,80	6.257,80	71.791,20
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.160,00	5.572,80	5.572,80	5.572,80	5.572,80	63.571,20
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	8.220
FLUJO OPERACIONAL	9.269,01	9.269,01	9.269,01	9.269,01	9.269,01	9.269,01	9.269,01	9.269,01	8.856,21	8.856,21	8.856,21	8.856,21	109.576,96
EGRESO NO OPERACIONAL	3.123,66	3.123,66	3.123,66	3.123,66	3.123,66	3.123,66	3.123,66	3.123,66	2.984,54	2.984,54	2.984,54	2.984,54	36.927,44
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.390,35	1.390,35	1.390,35	1.390,35	1.390,35	1.390,35	1.390,35	1.390,35	1.328,43	1.328,43	1.328,43	1.328,43	16.436,54
PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA	1.733,31	1.733,31	1.733,31	1.733,31	1.733,31	1.733,31	1.733,31	1.733,31	1.656,11	1.656,11	1.656,11	1.656,11	20.490,89
FLUJO NETO GENERADO	6.830,36	6.830,36	6.830,36	6.830,36	6.830,36	6.830,36	6.830,36	6.830,36	6.556,67	6.556,67	6.556,67	6.556,67	80.869,52
SALDO INICIAL DE CAJA		6.830,36	13.660,71	20.491,07	27.321,42	34.151,78	40.982,14	47.812,49	54.642,85	61.199,52	67.756,19	74.312,86	
SALDO FINAL DE CAJA	6.830,36	13.660,71	20.491,07	27.321,42	34.151,78	40.982,14	47.812,49	54.642,85	61.199,52	67.756,19	74.312,86	80.869,52	

Elaborado por.: Carlos Garaicoa

4.17. Flujo de caja anual en US\$

Tabla 35

Flujo de caja anual en US\$

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		723.960,16	760.158,17	798.166,08	838.074,38	879.978,10
COSTOS		542.592,00	569.721,60	598.207,68	628.118,06	659.523,97
GASTOS OPERATIVOS		71.791,20	75.380,76	79.149,80	83.107,29	87.262,65
Gastos Administrativos		63.571,20	66.749,76	70.087,25	73.591,61	77.271,19
Depreciación y Amortización		8.220,00	8.631,00	9.062,55	9.515,68	9.991,46
FLUJO OPERACIONAL		109.576,96	115.055,81	120.808,60	126.849,03	133.191,48
Aporte de Capital	105.000,00					
Inversión Activos	35.450,00					
EGRESO NO OPERACIONAL		36.927,44	38.773,81	40.712,50	42.748,12	44.885,53
Participación Trabajadores		16.436,54	17.258,37	18.121,29	19.027,35	19.978,72
Pago de Impuesto a la Renta		20.490,89	21.515,44	22.591,21	23.720,77	24.906,81
FLUJO NETO GENERADO		80.869,52	84.913,00	89.158,65	93.616,58	98.297,41
SALDO INICIAL DE CAJA	69.550,00	69.550,00	150.419,52	235.332,53	324.491,18	418.107,76
SALDO FINAL DE CAJA	69.550,00	150.419,52	235.332,53	324.491,18	418.107,76	516.405,17

Elaborado por: Carlos Garaicoa

Tabla 36

VAN

11%	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	-105.000,00	80.869,52	84.913,00	89.158,65	93.616,58	98.297,41
V A N	\$ 220.272,62					

Elaborado por: Carlos Garaicoa

En el cálculo del VAN se consideró una tasa descuento del 11,20 aplicada a proyectos de inversión agrícola y fijada por la C. F. N. El resultado del VAN \$ 220272,62 demostrando la viabilidad de la inversión en este tipo de negocio.

TIR

El proyecto muestra una TIR calculada a 5 años de 76% como resultado, se observa que la inversión inicial tendrá un retorno durante el primer año de actividad.

- TIR = 76%

Punto de Equilibrio

A continuación, se demuestra tanto los valores como las unidades en donde el plan de exportación, cubre tanto los costos fijos como los costos variables

- Punto de equilibrio en dólares corresponde a \$286.566,11
- Punto de equilibrio en unidades corresponde a 45.600 unidades.

A continuación, se demostró tanto los valores como las unidades en donde el plan de exportación, cubre tanto los costos fijos como los costos variables.

En dólares

P. E.		COSTOS FIJOS
		<u>COSTOS VARIABLES</u>
	1	1 -
		VENTAS TOTALES
		71.791,20
		<u>542.592,00</u>
1 -		723.960,16
		<u>73.591,61</u>
1 -		0,749477706
		286.566,11
		45599,5979

En unidades

P. E.		COSTOS FIJOS (UNDS PRODUCIDAS)
		<u>VENTAS TOTALES - COSTOS</u>
		VARIABLES
		71.791,20 X 115.200,00
		<u>723.960,16 - 542.592,00</u>
		8.270.346.240,00 45599,7692
		181.368,16

4.18. Presentación del Producto

La presentación que se le ha otorgado al producto es la de un envase de plástico de 250 Gr, en el cual se mantendrá fresco y cuidado el concentrado de maracuyá, para su movilización según sea el deseo o actividad del consumidor, esta presentación, torna practico al producto, para lunch de niños, universitarios, trabajadores, Etc.



Ilustración 26 presentación del envase de plástico de 250 gr. **Fuente:** investigación.

4.19. Marca

La marca se ha encargado de que el producto se mantenga como adecuado para este tipo de mercado poniendo la mayor dedicación en su elaboración, así mismo, trabajamos con calidad para su diferenciación en el mercado a desarrollarse. Cumpliendo con todas las normas requeridas, para constituir al producto en una marca reconocida, posicionada en el mercado y así poder abrirse

camino a nuevas fronteras comerciales. Con campañas mediante las redes sociales como Facebook, Snapchat, Instagram y medios de comunicación como Messenger de Facebook o Skype.

4.20. Impacto/Producto/Beneficio Obtenido

El impacto del producto

El producto conto con un impacto favorable, obteniendo suficientes unidades de concentrado, para satisfacer la demanda de Shanghái, el producto fue presentado con todos los elementos y características necesarias, para posicionarse en el mercado como opción a preferir, en cuanto a bebidas naturales concierne, siendo su sabor y sus propiedades muy bien aceptadas por los habitantes de Shanghái.

Beneficio obtenido

El beneficio será directamente hacia los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas, quienes tendrán la oportunidad, de desarrollar un producto tecnificado, de calidad, de sabor exótico, delicioso al paladar, cumpliendo con las normas de calidad, normas aduaneras, costos y gastos, el producto se presentó como un negocio rentable, permitiendo que sus productores, logren mejorar su desarrollo económico, y les permita abrir nuevos mercados internacionales de ventas.

4.21. Análisis FODA

Fortalezas

- Producto innovador cuya composición es a base de productos ecuatorianos.
- Alta calidad en la materia prima.
- Bajos costos de producción.

Oportunidades:

- Incremento de las tendencias de la alimentación saludable
- Demanda poco o nada satisfecha.
- Mercado inexplorado.
- El desarrollo o progreso económico de la zona.
- Posicionamiento en el mercado internacional.

Debilidades:

- Recursos tecnológicos insuficientes.
- Carencia de investigación científica y desarrollo.
- Poca capacidad técnica.
- Inexperiencia en el mercado.

Amenazas:

- Creación de nuevas empresas dedicadas a la misma actividad.
- Nuevos productos sustitutos.
- Políticas gubernamentales erróneas.
- Acuerdos comerciales perjudiciales.
- Plagas y enfermedades en los sembríos de la materia prima.
- Competencia desleal.

Conclusiones

Mediante el desarrollo del presente trabajo de titulación, se elaboraron las siguientes conclusiones:

- El desarrollo del plan de exportación de concentrado de maracuyá al mercado de Shanghái-China, permite el progreso económico de los agricultores de la parroquia La Unión-Esmeraldas.
- El maracuyá es una fruta que cuenta con un gran auge de consumo mundial y diversas propiedades como el cuidado de la salud, características que constituyen a la fruta como materia prima idónea para agregarle valor, obtener un producto tecnificado y posteriormente exportarlo.
- El 81,51% de la población que equivale a 313 personas de los encuestados, se mostraron dispuestos a consumir el concentrado de maracuyá, por lo que se demostró que el producto es bien recibido en el mercado chino, además dicho producto cuenta con ventaja productiva ya que en Ecuador el maracuyá produce durante todo el año.
- Con una cantidad obtenida de 9.600 envases de concentrado de maracuyá a un valor de \$6.28 con rentabilidad del 25%, se determina que la exportación es rentable, por ende, los agricultores de La Unión, pueden desarrollar su productividad basados en la exportación del concentrado de maracuyá.

Recomendaciones

Mediante el desarrollo del presente trabajo de titulación, se elaboraron las siguientes recomendaciones:

- Emplear el presente plan de exportación, teniendo en consideración los factores que solo se logran percibir en la práctica, al tiempo que se lo realice de manera tal que permita un mejor entendimiento del mismo por parte de los agricultores de La Unión -Esmeraldas.
- Incentivar a los agricultores a llevar a cabo la tecnificación del producto, logrando la elaboración de concentrado de maracuyá para su posterior exportación.
- Se debe aprovechar la ventaja productiva con la que cuenta el Ecuador en la producción ininterrumpida del fruto de la pasión, para exportar envases de concentrado de maracuyá hacia el mercado chino, el cual se presenta dispuesto al consumo del producto antes mencionado.
- Se recomienda a los agricultores de La Unión, desarrollar su productividad, permitiendo el progreso económico de su parroquia basados en la exportación de concentrado de maracuyá a un valor de venta de \$6.28.

1. Bibliografía

Ana. (2011).

Artes plasticos. (24 de 10 de 2010). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROYECTOS*. Obtenido

de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROYECTOS:

<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/>

Ayala Tumbaco, A., & Cevallos Cotrina , E. (07 de 2013). *dspace*. Obtenido de dspace:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5042/1/GT000444.pdf>

Ayala Tumbaco, A., & Cevallos Cotrina, E. (07 de 2013). *Plan de exportación de concentrado*

de maracuyá ecuatoriano al mercado japonés. Obtenido de Plan de exportación de

concentrado de maracuyá ecuatoriano al mercado japonés:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5042/1/GT000444.pdf>

Boletin Agrario. (2015). *Boletin Agrario*. Obtenido de Boletin Agrario:

<http://www.boletinagrario.com/ap-6,fitosanitario,960.html>

Bunge, M. (1989). La investigación científica. En M. Bunge, *La investigación científica*.

Barcelona: Ariel.

businesscol. (s.f.). *businesscol*. Obtenido de businesscol:

<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>

CHINA: EMPAQUES Y NORMAS. (08 de 2016). *CHINA: EMPAQUES Y NORMAS*. Obtenido

de CHINA: EMPAQUES Y NORMAS: [https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-](https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/china/empaques-y-nomas)

[embarques/china/empaques-y-nomas](https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/china/empaques-y-nomas)

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. (29

de 12 de 2010). *Registro Oficial Suplemento 351*. Obtenido de pichincha.gob.ec:

http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. (29

de 12 de 2010). *Registro Oficial Suplemento 351*. Obtenido de pichincha.gob.ec:

http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf

Comercio y aduanas. (2015). *Comercio y aduanas*. Obtenido de

<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>

Concepto.de. (2015). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de: <http://concepto.de/oferta/>

Conceptos de comercio exterior. (2015). *Conceptos de comercio exterior*. Obtenido de

<http://concepto.de/comercio-exterior/>

Definición ABC. (2016). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC:

<http://www.definicionabc.com/economia/importacion.php>

Definiciones abc. (2015). *Definiciones abc*. Obtenido de [http://www.definicionabc.com/medio-](http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/desarrollo-sostenible.php)

[ambiente/desarrollo-sostenible.php](http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/desarrollo-sostenible.php)

Dueñas, J. (06 de 02 de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:

<http://www.gestiopolis.com/exportaciones-china-estrategias-comerciales-para-llegar-este-mercado/>

Ecofinsa. (11 de 07 de 2016). *Paraiso Ecuador*. Obtenido de Paraiso Ecuador:

<http://www.ecofinsa.com/maracuya.html>

El Comercio. (30 de 07 de 2015). *elcomercio.com*. Obtenido de elcomercio.com:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/epoca-de-maracuya-comenzo.html>

El mundo. (2015). *El mundo*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/demanda-->

[ley-de-la-demanda.aspx](http://www.elmundo.com.ve/diccionario/demanda--ley-de-la-demanda.aspx)

El Telegrafo. (04 de 12 de 2014). *Ecuador es el primer exportador de pulpa de maracuyá del*

mundo . Obtenido de <http://www,telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-es-el-primer-exportador-de-pulpa-del-mundo.html>

EL TELEGRAFO. (29 de 09 de 2014). *Ecuador es el primer exportador de pulpa de maracuyá*

del mundo. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-es-el-primer-exportador-de-pulpa-de-maracuya-del-mundo>

Eroski Consumer . (2013). *Eroski Consumer* . Obtenido de Eroski Consumer :

<http://frutas.consumer.es/maracuya/propiedades>

Feedback . (10 de 2016). *Feedback* . Obtenido de Feedback :

<http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcular.html>

Francisco, J., & Vareles, C. (12 de 2015). <http://dspace.ups.edu.ec/>. Obtenido de

<http://dspace.ups.edu.ec/>: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11411/1/UPS-GT001582.pdf>

GAD parroquial La Unión. (2016). *gadlaunionq*. Obtenido de gadlaunionq:

<http://gadlaunionq.gob.ec/web/index.php/component/content/category/22-la-parroquia>

García Torres, M. (2002). *Cultivo de Maracuyá Amarillo*. San Salvador, El Salvador.: CENTRO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA Y FORESTAL.

GÓMEZ CRUZ, M. A. (04 de 04 de 2005). *Revista vinculando*. Obtenido de Revista vinculando:
http://vinculando.org/mercado/mercado_maracuya.html

Gonzales, R. (02 de 2001). *DIFERENTES TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*.
Obtenido de DIFERENTES TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL:
http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_858_103-118__9F7A85DC90A777675E3E806341418974.pdf

Google maps. (15 de 11 de 2016). *Google maps*. Obtenido de Google maps:
<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1Ine-BJIL1jDezMHBXDV5RkLe6Ic&hl=en&ll=31.232364000576293%2C121.47675249999998&z=20>

Heras, L. (s.f.). *Breve manual para la exportación en Ecuador*. Obtenido de Breve manual para la exportación en Ecuador: <http://www.monografias.com/trabajos62/manual-exportacion-ecuador/manual-exportacion-ecuador.shtml>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones . (2015). *proecuador*. Obtenido de proecuador: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_GC2015_CHINA1.pdf

Instituto Superior Particular Incorporado N° 4044 “SOL”. (2013). *Técnico Superior en Gestión Gastronómica*. Argentina.

- Jimenez Merino, W. E. (2011). *El maracuyá producción y comercialización* . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2152/1/Jim%C3%A9nez%20Merino%20Wendy.pdf>
- Koo, W. (14 de 08 de 2015). *Agrodataperu* . Obtenido de <http://www.agrodataperu.com/2015/08/maracuya-jugos-peru-exportacion-julio-2015.html>
- Mejia , D. (07 de 05 de 2014). *Economía y Finanzas Internacionales* . Obtenido de Economía y Finanzas Internacionales : <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/184-la-situacion-economica-actual-con-china>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Moviliad Humana. (s.f.). *cancilleria.gob.ec*. Obtenido de [cancilleria.gob.ec: http://www.cancilleria.gob.ec/gobiernos-de-ecuador-y-china-firmaron-siete-convenios-bilaterales-en-cooperacion-comercio-y-seguridad/](http://www.cancilleria.gob.ec/gobiernos-de-ecuador-y-china-firmaron-siete-convenios-bilaterales-en-cooperacion-comercio-y-seguridad/)
- OMC. (15 de 11 de 2011). *la hora* . Obtenido de lahora.com.ec
- Pérez Porto , J., & Gardey, A. (2013). *Definición*. Obtenido de Definición: <http://definicion.de/pulpa/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2011). *Definiciones*. Obtenido de <http://definicion.de/mercado-meta/>
- Ponce , L. (27 de 06 de 2010). <http://plandeexportacion.blogspot.com/>. Obtenido de <http://plandeexportacion.blogspot.com/>: <http://plandeexportacion.blogspot.com/2010/06/que-es-el-plan-de-exportacion.html>

Pro Ecuador. (02 de 2015). *informacion de mercado*. Obtenido de
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC_PPM2013_PULPASDEFRUTAS_CHINA_I.pdf

Pro Ecuador. (04 de 03 de 2013). *Pro Ecuador*. Obtenido de Pro Ecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/glossary/partida-arancelaria/>

PRO ECUADOR. (10 de 11 de 2014). *Guía del exportador*. Obtenido de Guía del exportador:
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>

PRO ECUADOR. (2015). *SERVICIO DE ASESORÍA AL EXPORTADOR (SAE)*. Obtenido de
SERVICIO DE ASESORÍA AL EXPORTADOR (SAE):
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/concentrado-de-maracuya-mundo/>

Redaccion . (10 de 01 de 2016). *el viajar es un placer*. Obtenido de
<http://www.elviajaresunplacer.com/2016/01/10/china-en-8-grandes-ciudades/>

Reunión Congreso Passifloras. (04 de 11 de 2010). *casaluker*. Obtenido de AGROINDUSTRIA
Y MERCADEO DEL MARACUYA:
http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_160_AGROINDUSTRIA_MERCADEO_MARACUYA.pdf

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (12 de 2015). *SENAE*. Obtenido de SENAE:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

shanghaiocalguide. (2009). *shanghaiocalguide*. Obtenido de shanghaiocalguide:
<http://www.shanghaiocalguide.com/resources/outline/index.asp>

Sinagap. (2013). *Ministerio de agricultura* . Obtenido de

<http://sinagap.agricultura.gob.ec/estadisticas>

Tapia , E. (21 de 06 de 2015). *Revista Lideres*. Obtenido de

<http://www.revistalideres.ec/lideres/cultivo-maracuya-produccion-ecuador.html>

Veliz Guzmán, D. (2015). *COMPORTAMIENTO AGRONÓMICO DE 22 NUEVAS*

POBLACIONES DE MARACUYÁ (Passiflora edulis var. Flavicarpa Degener) EN LA

ZONA DE QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS. Obtenido de *COMPORTAMIENTO*

AGRONÓMICO DE 22 NUEVAS POBLACIONES DE MARACUYÁ (Passiflora edulis

var. Flavicarpa Degener) EN LA ZONA DE QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS:

<http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/111/1/T-UTEQ-0006.pdf>

Wigodski, J. (14 de 07 de 2010). *Metodología de la investigación* . Obtenido de *Metodología de*

la investigación : [http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-](http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html)

[muestra.html](http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html)

Apéndice A

UNIVERSIDAD Laica VICENTE ROCAFUERTE

Encuesta a habitantes de Shanghái-China

objetivo

La información que se solicita a continuación, es de fin informativo para obtener las opiniones en cuanto a la aceptación del producto concentrado de maracuyá; se pide encarecidamente, total honestidad y seriedad en sus respuestas.

Favor marque con X en el casillero que corresponda a la opción que refleje mejor criterio.
¡Gracias por su colaboración!

Sondeo de la opinión sobre el concentrado de maracuyá

1) ¿Usted consume jugos concentrados?

Si _____ Continúe con la encuesta

No _____ Muchas gracias y termina

2) Género

Masculino _____

Femenino _____

3) Edad

10-20 _____

21-40 _____

41-50 _____

51 o más _____

4) ¿Conoce el concentrado de Maracuyá?

Si _____

no _____

5) ¿Con que frecuencia usted compra jugo de concentrados?

Diario _____ Semanal _____

Quincenal _____ Mensual _____

6) ¿Generalmente donde realiza su compra de jugos?

Tiendas _____ supermercados _____

Tienda online _____ hipermercados _____

7) ¿Conoce usted que el concentrado de maracuyá ayuda a perder peso y previene enfermedades cardiovasculares?

Si _____ no _____

8) ¿Conoce usted que el concentrado de maracuyá reduce el colesterol malo y mejora la digestión?

Si _____ no _____

9) ¿Le gustaría poder adquirir jugo de concentrado de maracuyá?

Si _____ no _____

10) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el concentrado de maracuyá?

\$2.00 (13.14CNY) _____ \$5.00(33.49NNY) _____

\$7.00 (46.88CNY) _____ \$10.00(66.98CNY) _____

11) ¿Qué presentación le gustaría adquirir de concentrado de maracuyá?

Botella de plástico _____ botella de vidrio _____

12) ¿Qué dimensiones del tamaño del envase le gustaría consumir?

200 cc _____ 400 cc _____ 900 cc _____ 1800 cc _____

Apéndice B

Encuesta realizada en Chino Mandarín a los pobladores de Shanghai

UNIVERSIDAD Laica VICENTE ROCAFUERTE

上海 - 中国的调查人

目标

下面要求的信息提供信息为目的，以获得关于接受百香果浓缩的反馈;在他们的反应强烈完全的诚实和严肃要求。

请在对应于反映最佳判断的选项框标记[X]。谢谢您的合作！

对西番莲浓缩民意调查

一) 你消耗的浓缩果汁？

如果_____

没有_____

二) 性别

男性 _____

女性 _____

三) 年龄

十 / 二十 _____

二十一 / 四十 _____

四十 / 五十 _____

五十 以上 _____

四) 你知道百香果浓缩？

男性 _____

女性 _____

五) 你多久买浓缩果汁？

日报_____

每周_____

半月刊_____

每月一次_____

六) 我们通常在哪里呢它买果汁？

商店_____

超市_____

网上购物_____

大卖场_____

七) 你知道百香果浓缩液可以帮助你减肥，预防心血管疾病？

如果_____

没有_____

八) 你知道百香果浓缩降低胆固醇并提高消化？

如果_____

没有_____

九) 你想获得百香果浓缩汁？

如果_____

没有_____

十) 多少愿意支付百香果浓缩？

十三元 (13.14CNY) _____

三十三元 (33.49NNY) _____

四十六元 (46.88CNY) _____

四十六元 (66.98CNY) _____

十一) 介绍什么想收购百香果浓缩？

塑料瓶_____

玻璃瓶_____

十二) 想什么包的尺寸消耗？

二百毫升_____

二百二百毫升_____

九百九毫升_____

一千毫升_____

Apéndice C

docs.google.com

上海 - 中国的调查人

*Obligatorio

一) 你消耗的浓缩果汁? *

- 如果
- 没有

二) 性别 *

- 男性
- 女性

三) 年龄 *

- 十 / 二十
- 二十一 / 四十
- 四十 / 五十
- 五十 以上

四) 你知道百香果浓缩?

- 男性
- 女性

五) 你多久买浓缩果汁? *

- 商店



五) 你多久买浓缩果汁? *

- 商店
- 超市
- 网上购物
- 大卖场

七) 你知道百香果浓缩液可以帮助你减肥, 预防心血管疾病? *

- 商店
- 超市
- 网上购物
- 大卖场

七) 你知道百香果浓缩液可以帮助你减肥, 预防心血管疾病? *

- 如果
- 没有

八) 你知道百香果浓缩降低坏胆固醇并提高消化? *

- 如果
- 没有

九) 你想获得百香果浓缩汁? *

- 如果
- 没有

十) 多少愿意支付百香果浓缩? *

- 十三元. (13.14CNY)



如果

没有

十) 多少愿意支付百香果浓缩? *

十三元. (13.14CNY)

三十三元 (33.49NNY)

四十六元 (46.88CNY)

四十六元(66.98CNY)

十一) 介绍什么想收购百香果浓缩? *

塑料瓶

玻璃瓶

十二) 想什么包的尺寸消耗? *

二百毫升

二百二百毫升

九百九毫升

一千毫升

ENVIAR

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. Informar sobre abusos - Condiciones del servicio -
Otros términos

Google Formularios

