



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

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

**TEMA**

**DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CORVICHES**  
**CONGELADOS DESDE EL RECINTO CANTAGALLO HACIA NEW**  
**YORK**

**Tutor**

**MSC. LUIS FELIPE CASTILLO CRIOLLO**

**Autora**

**KAREM STEFANIA MERO FIGUEROA**

**Guayaquil, 2016**

<i>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</i>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE CORVICHES CONGELADOS DESDE EL RECINTO CANTAGALLO HACIA NEW YORK		
<b>AUTORES:</b> KAREM STEFANIA MERO FIGUEROA	<b>REVISORES:</b> LUIS FELIPE CASTILLO CRIOLLO	
<b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	<b>FACULTAD:</b> ADMINISTRACIÓN	
<b>CARRERA:</b> COMERCIO EXTERIOR		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>N. DE PAGES:</b> 111	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Migrantes – viabilidad – oferta – demanda – procesados – factibilidad		
<b>RESUMEN:</b> El estudio que se presentará a continuación se basará en el proceso para diseñar un plan de exportación de corviches congelados dirigido a los productores del Recinto Cantagallo, Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí, donde una de sus actividades características es la elaboración del producto antes mencionado, para ser internacionalizados hacia grandes organizaciones de abastecimiento de EEUU New York, para conocer la viabilidad de crear la industria exportadora de productos procesados, se elaboró un análisis teórico, metodológico y práctico, donde se estableció la oferta y demanda, el funcionamiento del plan operativo del negocio, la infraestructura tecnológica, así como el estudio económico y financiero respectivo; después de haber definido el mercado a través de una visualización de migrantes ecuatorianos en extranjero, donde señala que este producto es nuevo en varios mercados pero hay una gran variedad de productos sustitutos.		
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>		<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SÍ <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTORES/ES:</b> KAREM STEFANIA MERO FIGUEROA	<b>Teléfono:</b> 0968056291	<b>E-mail:</b> Ksteffynia@hotmail.com
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>MSC. DARWIN ORDOÑEZ ITURRALDE, DECANO</b> Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: <a href="mailto:dordoñez@ulvr.edu.ec">dordoñez@ulvr.edu.ec</a>  <b>MSC. ING. COM. JESSICA AROCA CLAVIJO</b> Teléfono: 2596500 EXT. 267 E-mail: <a href="mailto:jarocac@ulvr.edu.ec">jarocac@ulvr.edu.ec</a>	

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

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

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

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el **“Diseño de un plan de exportación de corviches congelados desde el recinto Cantagallo hacia New York”**

Autor(es)(as):

---

KAREM STEFANIA MERO FIGUEROA

C.I. 0930996632

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación **“Diseño de un plan de exportación de corviches congelados desde el recinto Cantagallo hacia New York”**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

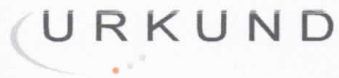
Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“Diseño de un plan de exportación de corviches congelados desde el recinto Cantagallo hacia New York”**, presentado por la estudiante KAREM STEFANIA MERO FIGUEROA como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

---

MSC. LUIS FELIPE CASTILLO CRIOLLO

C.I. 0906394713

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** .....pdf (D23381420)  
**Submitted:** 2016-11-16 16:40:00  
**Submitted By:** .....@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 6 %

### Sources included in the report:

negociacionAVINTIMILLA.docx (D13920639)  
Acuerdos Comerciales Ecuador.docx (D13921062)  
<http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/534/1/T-UIDE-0498.pdf>  
<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>  
<http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=627&force=0>  
<http://www.impladuanas.com/index.php/component/content/article/9-para-home/5-article-4>  
[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)  
<http://www.sercodex.com/es/recursos.html?layout=edit&id=16>  
<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/fishing-and->  
<http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>  
<http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>  
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/alimentos-procesados/>  
<https://enlinea.uic.edu.mx/blogs/ID/24>

### Instances where selected sources appear:

32

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme fuerzas y permitirme alcanzar este logro, a mis padres por darme vida y estar conmigo siempre apoyándome incondicionalmente en todo lo que me propongo, a mi hermano por poder contar siempre con su ayuda y a mi novio por siempre estar a mi lado dándome ánimos.

A los productores del Recinto Cantagallo por su gentil colaboración, a mis amigos, y a todas aquellas personas que de una manera u otra colaboraron a la realización de este trabajo, quiero hacer extensivo mi profundo agradecimiento.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a Dios por darme a mi maravillosa familia que está a mi lado siempre.

A mis padres que siempre estuvieron dándome fuerzas y apoyo.

A mi hermano Geovanny que cada día me llevaba a la universidad sin importar que tuviera que madrugar.

A mi novio Fabricio que estuvo a mi lado siempre brindándome su apoyo y aliento para poder continuar, cuando estaba a punto de rendirme.

Gracias a todos por su apoyo incondicional fue posible la culminación de este trabajo

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	<b>I</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES</b> ...	<b>III</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>IV</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>VI</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>XIII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>XIV</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>XV</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>XVI</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>Capítulo I</b> .....	<b>2</b>
<b>Diseño de la investigación</b> .....	<b>2</b>
1.1. Tema .....	<b>2</b>
1.2. Planteamiento del problema .....	<b>2</b>
1.3. Formulación del problema.....	<b>3</b>
1.4. Sistematización del problema .....	<b>3</b>
1.5. Objetivos de la investigación .....	<b>3</b>
1.5.1. Objetivo general .....	<b>3</b>
1.5.2. Objetivos específicos: .....	<b>4</b>
1.5. Justificación de la investigación .....	<b>4</b>
1.6. Delimitación o alcance de la investigación .....	<b>5</b>
1.7. Hipótesis de la investigación o ideas a defender .....	<b>5</b>
1.7.1. Variable independiente.....	<b>5</b>
1.7.2. Variable dependiente.....	<b>5</b>
<b>Capítulo II</b> .....	<b>6</b>
<b>Marco Teórico</b> .....	<b>6</b>
2.1. Marco referencial .....	<b>6</b>
2.1.1. Antecedentes .....	<b>6</b>
2.1.2. Evolución de los alimentos procesados del sector pesquero del Ecuador.....	<b>7</b>
2.1.3. Mercados destino de los productos no petroleros .....	<b>8</b>
2.1.4. Casos: Nueva York.....	<b>9</b>



2.2.	Marco teórico.....	10
2.2.1.1.	Situación actual del comercio internacional en el mundo.....	10
2.2.2.	Importancia del comercio internacional.....	11
2.2.3.	Principales países importadores de alimentos procesados.....	12
2.2.4.	Principales países exportadores de alimentos procesados.....	13
2.2.5.	Situación actual de las exportaciones en el Ecuador.....	13
2.2.6.	Productos petroleros y no petroleros del Ecuador.....	14
2.2.7.	Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador.....	15
2.2.8.	Exportación de alimentos procesados en el Ecuador.....	16
2.2.9.	Barreras arancelarias y no arancelarias.....	17
2.2.10.	Incoterms .....	18
2.2.10.1.	El término Ex Works (EXW).....	19
2.2.10.2.	El término Free Carrier (FCA).....	19
2.2.10.3.	El término Free Alongside Ship (FAS).....	19
2.2.10.4.	El término Free on Board (FOB).....	19
2.2.10.5.	El término Carriage Paid To (CPT).....	19
2.2.10.6.	El término Carriage and Insurance Paid To (CIP).....	20
2.2.10.7.	El término Cost and Freight (CFR) .....	20
2.2.10.8.	El término Cost Insurance Freight (CIF).....	20
2.2.10.9.	El término Delivery At Place: (DAP).....	20
2.2.10.10.	El término Delivered Duty Paid: (DDP).....	20
2.2.11.	Documentos de exportación .....	21
2.2.12.	Cadena logística internacional.....	22
2.2.12.1.	Logística de aprovisionamiento.....	22
2.2.12.2.	Logística de distribución.....	23
2.2.12.3	JUST IN TIME en la logística.....	24
2.3.	Marco conceptual .....	24
2.3.1.	Plan estratégico de exportación.....	24
2.3.2.	Restricciones .....	24
2.3.3.	Matriz productiva .....	25
2.3.4.	Inocuidad alimentaria .....	25
2.3.5.	Producto fitosanitario .....	25
2.3.6.	Comercio Internacional .....	25

2.3.7.	Canales de distribución .....	26
2.3.8.	Análisis de precios .....	26
2.3.9.	Mercado meta .....	26
2.3.11.	Distribución .....	26
2.3.12.	Transporte de mercancías .....	27
2.3.13.	Contenedores .....	27
2.3.14.	Medios de pago .....	28
2.3.15.	Envase, empaque y embalaje .....	29
2.4.	Marco legal .....	29
2.4.1.	Marco legal supranacional .....	29
2.4.1.1.	Acuerdos comerciales del Ecuador. ....	29
2.4.1.2.	Organización mundial de la salud Codex Alimentarius.....	31
2.4.1.3.	Administración de alimentos y medicamentos (FDA).....	31
2.4.2.	Marco legal nacional.....	32
2.4.2.1.	Constitución del Ecuador.....	32
2.4.2.2.	Reglamento al título de la facilitación aduanera.....	33
2.4.2.3.	Transformación de la matriz productiva .....	33
2.4.2.4.	Reglamento sanitario de alimentos procesados.....	34
2.4.2.6.	Ministerio de Comercio Exterior .....	34
2.4.2.7.	ProEcuador.....	35
2.4.2.8.	Agencia ecuatoriana del aseguramiento de la calidad del agro.....	36
2.4.2.9.	Secretaría Técnica de la Droga (SETED) .....	36
Capítulo III	.....	37
Metodología de la investigación	.....	37
3.1.	Tipo de estudio .....	37
3.2.	Método de investigación .....	37
3.3.	Técnicas e instrumentos .....	37
3.3.1.	Encuesta .....	37
3.3.2.	Procesamiento de datos .....	38
3.4.	Población y Muestra.....	38
3.5.	Interpretación de resultados .....	40
3.5.1.	Encuesta Nacional .....	40
3.5.2.	Encuesta en el exterior a los ecuatorianos en New York .....	50

Capítulo IV .....	60
Plan de exportación de corviches congelados .....	60
4.1. Justificación de la propuesta .....	60
4.2. Objetivos de la propuesta .....	60
4.2.1. Objetivo general .....	60
4.2.2. Objetivos específicos.....	60
4.3. Descripción del producto .....	61
4.5. Viabilidad de la propuesta.....	62
4.5.1. Estructura organizacional .....	62
4.5.2. Equipos de producción .....	63
4.5.3. Marketing mix .....	64
4.5.3.1. Producto .....	64
4.5.3.2. Plaza .....	64
4.5.4.3. Precio.....	65
4.5.4.4. Promoción .....	65
4.5.5. Análisis FODA .....	66
4.4.5.1. Fortalezas .....	66
4.4.5.2. Oportunidades .....	66
4.4.5.3. Amenazas .....	66
4.4.5.4. Debilidades.....	66
4.5.5.1. Estrategias FODA .....	67
4.5.6. Análisis de las fuerzas de PORTER.....	68
4.4.6.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	68
4.4.6.2. La rivalidad entre los competidores existentes .....	68
4.4.6.3. Poder de negociación de los proveedores .....	69
4.4.6.4. Poder de negociación de los compradores .....	69
4.4.6.5 Amenaza de ingreso de productos y/o servicios sustitutos .....	69
4.5.7. Aspectos sobre el proceso de exportación.....	70
4.5.7.1. Requisitos para exportar ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador	70
4.5.7.2. Requisitos para ingresar al mercado neoyorquino “FDA” .....	71
4.5.7.3. Término de negociación (Incoterms) .....	71
4.5.7.4. Forma de pago .....	72
4.5.7.5. Cadena Logística .....	72

4.5.7.6. Clasificación arancelaria .....	74
4.6. Factibilidad de la propuesta.....	75
4.6.1. Inversión inicial.....	75
4.6.2. Costos de producción .....	76
4.6.2.1 Costos por contenedor en FOB .....	77
4.6.3. Costos totales.....	77
4.6.5. Balance general .....	79
4.6.6. Estado de resultado.....	79
4.6.7. Flujo de caja .....	80
4.6.8. TIR, VAN y TMAR .....	80
4.6.9. Punto de equilibrio .....	81
CONCLUSIONES .....	82
RECOMENDACIONES .....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS.....	87

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador 2015.....</b>	<b>9</b>
<b>Tabla 2. Exportaciones no petroleras principales grupos de productos .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 3. Acuerdos Comerciales del Ecuador.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 4. Tamaño de la muestra.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 5. Movimiento de ventas de corviches .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 6. Idea de exportar la producción de corviches .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 7. Aceptación del corviche .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 8. Idea de que el corviche sea reconocido en el extranjero .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 9. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos procesado.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 10. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 11. Forma parte de alguna asociación que promueva la exportación .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 12. Remuneración mensual como productor de corviches .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 13. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviches.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 14. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de corviches .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 15. Género de encuestados en New York .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 16. Edad de encuestados en New York.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 17. Ciudad de origen de los encuestados en New York.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 18. Consumo de productos procesados ecuatorianos.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 19. Razones de compra de un producto ecuatoriano. ....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 20. Lugar de compra de productos ecuatorianos .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 21. Frecuencia de consumo de productos ecuatorianos .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 22. Conocimiento sobre que es el corviche.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 23. Disposición a comprar corviche precocido .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 24. Precio a pagar por los corviches precocidos .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 25. Equipos de producción.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 26. Aspectos generales de New York. ....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 27. Estrategias FODA .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 28. Documentos a presentar .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 29. Presupuesto de exportación.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 30. Clasificación arancelaria del corviche congelado;Error! Marcador no definido.</b>	
<b>Tabla 31. Clasificación arancelaria en EEUU .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 32. Inversión en activos fijos.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 33. Inversión diferida .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 34. Inversión en capital de trabajo .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 35. Total de la inversión inicial .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 36. Costo por funda de corviche congelado.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 37. Costos totales .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 38. Financiamiento .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 39. Pago del financiamiento.....</b>	<b>78</b>

<b>Tabla 40. Balance general</b> .....	79
<b>Tabla 41. Estado de resultado</b> .....	79
<b>Tabla 42. Cash Flow – Flujo de efectivo</b> .....	80
<b>Tabla 43. Indicadores financieros</b> .....	80
<b>Tabla 44. Punto de equilibrio</b> .....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Exportaciones de los alimentos procesados del sector pesquero del Ecuador</b> ...	8
<b>Figura 2. Principales países importadores de alimentos procesados</b> .....	12
<b>Figura 3. Principales países exportadores de alimentos procesados</b> .....	13
<b>Figura 4. Productos tradicionales y no tradicionales</b> .....	15
<b>Figura 5. Alimentos procesados del Ecuador</b> . .....	16
<b>Figura 6. Incoterms 2010</b> .....	18
<b>Figura 7. Documentos de exportación</b> .....	21
<b>Figura 8. Tipos de contenedores</b> . .....	27
<b>Figura 9. Envase, empaque y embalaje</b> .....	29
<b>Figura 10. Movimiento de ventas de corviches</b> .....	40
<b>Figura 11. Idea de exportar la producción de corviches</b> .....	41
<b>Figura 12. Aceptación del corviche</b> .....	42
<b>Figura 13. Idea de que el corviche sea reconocido en el extranjero</b> .....	43
<b>Figura 14. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos procesado</b> .....	44
<b>Figura 15. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida</b> .....	45
<b>Figura 16. Forma parte de alguna asociación que promueva la exportación</b> .....	46
<b>Figura 17. Remuneración mensual como productor de corviches</b> .....	47
<b>Figura 18. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviches</b> .....	48
<b>Figura 19. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de corviches</b> .....	49
<b>Figura 20. Género de encuestados en New York</b> .....	50
<b>Figura 21. Edad de encuestados en New York</b> .....	51
<b>Figura 22. Ciudad de origen de los encuestados en New York</b> .....	52
<b>Figura 23. Consumo de productos procesados ecuatorianos</b> .....	53
<b>Figura 24. Razones de compra de un producto ecuatoriano</b> .....	54
<b>Figura 25. Lugar de compra de productos ecuatorianos</b> .....	55
<b>Figura 26. Frecuencia de consumo de productos ecuatorianos</b> .....	56
<b>Figura 27. Conocimiento sobre que es el corviche</b> .....	57
<b>Figura 28. Disposición a comprar corviche precocidos</b> .....	58
<b>Figura 29. Precio a pagar por los corviches precocidos</b> .....	59
<b>Figura 30. El corviche</b> .....	61
<b>Figura 31. Información Nutricional</b> .....	61
<b>Figura 32. Estructura organizacional</b> .....	62

<b>Figura 33. Presentación del corviche congelado</b> .....	64
<b>Figura 34. Fuerzas de Porter</b> .....	68
<b>Figura 35. Proceso para exportar</b> .....	70
<b>Figura 36. Requerimientos de los Estados Unidos. FDA Alimentos y Bebidas</b> .....	71
<b>Figura 37. Gráfico Punto de equilibrio</b> .....	81

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1:</b> Encuesta realizada a los productores del Recinto Cantagallo.....	87
<b>Anexo 2:</b> Encuesta realizada en la ciudad de New York.....	89
<b>Anexo 3:</b> Fotos de trabajo de investigación realizado .....	90
<b>Anexo 4:</b> Documentos de Exportación .....	94

## RESUMEN

El estudio que se presentará a continuación se basará en el proceso para diseñar un plan de exportación de corviches congelados dirigido a los productores del Recinto Cantagallo, Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí, donde una de sus actividades características es la elaboración del producto antes mencionado, para ser internacionalizados hacia grandes organizaciones de abastecimiento de EEUU New York, para conocer la viabilidad de crear la industria exportadora de productos procesados, se elaboró un análisis teórico, metodológico y práctico, donde se estableció la oferta y demanda, el funcionamiento del plan operativo del negocio, la infraestructura tecnológica, así como el estudio económico y financiero respectivo; después de haber definido el mercado a través de una visualización de migrantes ecuatorianos en extranjero, donde señala que este producto es nuevo en varios mercados pero hay una gran variedad de productos sustitutos. Mediante las conclusiones realizadas se puede expandir el trabajo investigativo para dar a conocer el producto en diversos mercados, dentro de una cultura que va hacia lo natural y el consumo de alimentos nutritivos. Para concluir la factibilidad del proyecto se presentó un plan financiero donde se detalla los valores de los bienes que debe poseer la planta para comenzar a elaborar y comercializar el producto, como nota a destacar se determinó el salario digno para colaboradores de la organización; destacando resultados positivos en el estudio de factibilidad económica dio como resultado una inversión de \$ 57.371,40 donde se pedirá financiamiento a la Corporación Financiera Nacional aproximadamente del 60% del valor a invertir cuya cifra es de \$34.422,84 además se considera viable la inversión con una Tasa Mínima Atractiva de Retorno de 10,37% , un Valor Actual Neto de \$ 37.722,36 y una Tasa Interna de Retorno de 25,75%.

**Palabras clave:** Migrantes – viabilidad – oferta – demanda – procesados – factibilidad



## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto recopila información para el cumplimiento del diseño del plan de exportación de corviches congelados, el Recinto Cantagallo cuenta con productores que se dedican a la venta de corviches, estos se han planteado como objetivo principal exportar su producto ya que es considerado como uno de los mejores de la localidad, además en el mercado no existe ninguna empresa que se dedique a exportar corviches congelados.

Ecuador requiere que se incremente la oferta exportable de productos no tradicionales como lo indica uno de los ejes del cambio de la matriz productiva, es por ello que se pretende con este producto cumplir esa meta.

En el capítulo 1 se desarrolla el “Diseño de la investigación” que contiene los objetivos propuestos, la formulación del problema y la justificación de la investigación.

En el capítulo 2 el “Marco Teórico” que se divide en conceptual, legal y referencial siendo las bases teóricas para el cuarto capítulo.

En el capítulo 3 “Metodología de Investigación” se encuentran las encuestas realizadas a los habitantes del Recinto Cantagallo y a los migrantes ecuatorianos en New York.

La “Propuesta del Plan de Exportación” se encuentra en el cuarto y último capítulo donde se proyectan los estados financieros que indican la viabilidad y factibilidad del plan de exportar corviches congelados a New York.

# Capítulo I

## Diseño de la investigación

### 1.1. Tema

“Diseño de un plan de exportación de corviches congelados desde el recinto Cantagallo hacia New York.”

### 1.2. Planteamiento del problema

Exportar requiere mucho compromiso y dedicación, es aventurarse a un mercado de: Políticas, forma de gobierno, idioma, moneda y cultura totalmente diferentes al mercado ecuatoriano. En el caso de Ecuador, País agrícola por excelencia y exportador principalmente de productos primarios, además que compiten con empresas transnacionales que tienen una amplia experiencia en el mercado. A consecuencia de eso, los productos procesados resultan muy competitivos, especialmente aquellos en los países productores de pescado en el mundo.

La comisión de Pesca Continental y Acuicultura para América Latina y el Caribe aseguran que la primera actividad ha decrecido, mientras que la acuicultura cada día gana más terreno en los modelos de negocio en el mundo. La producción pesquera en América Latina se encuentra liderada por Chile con el 39%, seguida de Brasil con el 21%, México con el 11%, Ecuador se ubica en penúltimo lugar con el 8% y finalmente Perú con el 6%. Constituyéndose en los principales países competidores para las iniciativas ecuatorianas en la región.

Según el Ministerio de Comercio Exterior, la producción de pescado procesado en el año 2014 fue de 7.98 millones de toneladas, mientras que en el 2015 fue de 9.02 millones de toneladas lo que representó un incremento con respecto al año 2014 del 12.8%. Una de las ventajas de internacionalizarse, es ser conocidos a nivel mundial, ya que utilizando las capacidades al máximo de su producción los nuevos productos son conocidos rápidamente.

Los habitantes de la zona sur de Manabí en el Recinto Cantagallo cuentan con la facilidad de tener playas a pocos minutos del lugar, muchos de ellos se dedican a la pesca y

otra gran mayoría a cultivar una amplia gama de productos como yuca, sandía, pepino, pimienta, plátano y derivados como muchines, tortillas de maíz, tortillas de verde y corviches. Sin embargo, el principal problema que afecta a los productores es la comercialización de los productos y los precios bajos a los que se venden, a pesar de ser productos de calidad. Debido a esto se han planteado participar en el mercado exterior con su producto que más acogida ha tenido en el mercado nacional como es el corviche, pero se enfrentan al desconocimiento de los lineamientos a seguir en los procesos de exportación.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Mediante la exportación de corviche de pescado a New York, los habitantes del Recinto Cantagallo, mejorarán sus ingresos, permitiendo el desarrollo socioeconómico de esta población?

### **1.4. Sistematización del problema**

El proyecto se centrará en estos parámetros:

- ¿Es necesario realizar un sondeo de opinión a los migrantes ecuatorianos en New York, para conocer gustos y preferencias tendientes a viabilizar el presente trabajo investigativo?
- ¿Mediante la información obtenida del mercado objetivo de la investigación, se podrá decidir cantidad, calidad y frecuencia a exportar?
- ¿El conocimiento de la normativa ecuatoriana y norteamericana para la exportación e importación respectivamente de corviches congelados desde el Recinto Cantagallo, permitirá diseñar adecuadamente un plan de exportación de este producto al mercado objetivo?

### **1.5. Objetivos de la investigación**

#### **1.5.1. Objetivo general**

- Diseñar un plan de exportación de corviches congelados mediante un estudio de mercado realizado en el país de destino, contribuyendo al desarrollo socioeconómico

de los productores del Recinto Cantagallo.

### **1.5.2. Objetivos específicos:**

- Analizar el comportamiento de consumo en los migrantes ecuatorianos en New York mediante un sondeo de opinión que llevará a la toma de decisión para llegar al mercado objetivo.
- Interpretar la información obtenida mediante herramientas de apoyo que faciliten la creación del plan de exportación.
- Elaborar un plan de exportación cumpliendo con la normativa vigente en el país de origen y destino que arroje como resultado el proceso de internacionalización del producto objeto de la investigación.

## **1.5. Justificación de la investigación**

Para la presente investigación, el mercado objetivo seleccionado es la ciudad de New York en los Estados Unidos de Norteamérica, País ubicado en el octavo lugar como socio comercial de América latina y el primero del Ecuador. En la ciudad de New York residen alrededor de 400.000 migrantes ecuatorianos, de los cuales el factor a explotar es la nostalgia por su tierra, y el gusto por consumir productos de su localidad debido a que extrañan su sabor, es el caso que lleva a plantear el diseño de un plan de exportación del corviche como producto característico de la gastronomía ecuatoriana, en especial el costeño el cual los productos procesados de pescado eran parte de su alimentación diaria.

Las experiencias conocidas de otros productos exportados con relativo éxito hace pensar que la idea de introducir el corviche de pescado, puede tener cabida en la preferencia de los migrantes ecuatorianos porque tal producto no se encuentra en los supermercados norteamericanos, lo cual ayudará a impulsar la exportación de productos no tradicionales que están teniendo acogida especialmente en Estados Unidos, generando de esta manera nuevas fuentes de empleo en el Recinto Cantagallo, acogándose a la propuesta fomentada por el Gobierno del cambio de la matriz productiva, dándole un valor agregado a este producto.

El presente proyecto pretende diseñar un plan de exportación de corviches congelados para los agricultores del Recinto Cantagallo debido a que desconocen los procesos de

exportación y beneficios que otorga el incursionar en nuevos mercados. Diseñar un plan de exportación es importante porque contribuirá a que los productores del Recinto conozcan los mecanismos y las ventajas que implican exportar su producto, se cuenta con calidad en la preparación y gran volumen de producción que fácilmente se adaptará a la demanda de los migrantes y habitantes de la ciudad de New York en los Estados Unidos.

Se pretende que este proyecto tenga un gran impacto social y económico en la población del recinto Cantagallo, pues cambiará radicalmente la comercialización del producto, pretendiendo obtener mucha más rentabilidad. Se cree que para el diseño de un plan de exportación se reúne todas las características operativas y técnicas que garantizan el cumplimiento de sus metas y objetivos.

#### **1.6. Delimitación o alcance de la investigación**

- **Contenido:** Diseño de un Plan de exportación de corviches congelados desde el recinto Cantagallo hacia New York.
- **Espacio de la Investigación:** Manabí - New York - USA
- **Tiempo:** Mayo – Diciembre del 2016.

#### **1.7. Hipótesis de la investigación o ideas a defender**

“Si se diseña un adecuado plan de exportación de corviches congelados para los moradores del Recinto Cantagallo, se podrá llegar a internacionalizar su producto, con los beneficios socio económicos que tanto necesita su población.”

##### **1.7.1. Variable independiente**

- Diseñar un plan de exportación de corviches congelados para los moradores del Recinto Cantagallo.

##### **1.7.2. Variable dependiente**

- Internacionalización del producto.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1. Marco referencial**

##### **2.1.1. Antecedentes**

El Ecuador es uno de los países de América Latina que posee una gran gastronomía, teniendo una diversificación a la hora de la alimentación de la familia, durante décadas la exportación de productos primarios, ha sido una de las fuentes fundamentales de ingreso para la economía del país. Pero en la actualidad se busca integrar una variedad amplia de productos procesados dentro de la canasta exportable con el fin de contribuir al cambio de la matriz productiva.

La mayor área para cultivos de plátano, se encuentra en la provincia de Manabí en el cantón El Carmen, el cual concentra el 38% de la producción nacional según el análisis sectorial plátano 2015 de Proecuador. Por ende, tiene un volumen de producción considerable para el País y lo hace ser considerado al Ecuador como el primer exportador de banano en el mundo; la mayor demanda proviene de Estados Unidos, Japón, Rusia, China y la Unión Europea.

La provincia de Manabí se ha caracterizado por tener una gran variedad gastronómica, con altos beneficios nutricionales, entre estas se destaca el “corviche”, mismo, que es vendido y consumido por los habitantes del Recinto Cantagallo, Cantón Puerto Cayo, Provincia de Manabí, y se pretende sea internacionalizado, aumentando su comercialización aprovechando los incentivos que propone el gobierno a través del cambio de la matriz productiva.

La cultura gastronómica de los habitantes del recinto Cantagallo, ha incidido para que desarrollen su propia receta de corviche, el cual es vendido a nivel local y se caracteriza por tener una gran acogida por su sabor y textura. Actualmente se pretende diseñar en la presente

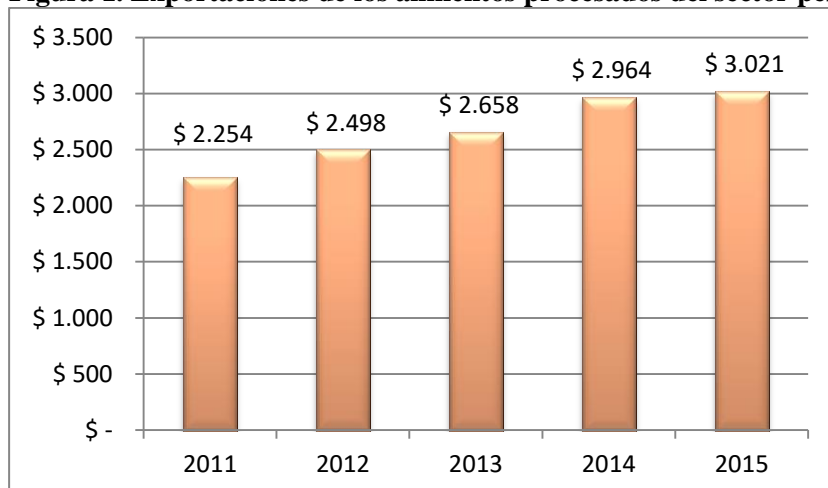
investigación, un plan de exportación de corviches congelados, mediante un estudio de los principales factores comerciales internos y externos que influyen en el mercado migrante ecuatoriano en New York, con el fin de contribuir al desarrollo económico de esta población.

### **2.1.2. Evolución de los alimentos procesados del sector pesquero del Ecuador.**

Los alimentos procesados a base de los productos del sector pesquero en el Ecuador, están en constante desarrollo, siendo estos productos una fuente de comercio que representa un ingreso económico rescatable para la población ecuatoriana. En estos últimos años se busca la internacionalización de este tipo de productos a mayor escala, ya que actualmente es considerado el tercer rubro más importante del total de las exportaciones no petroleras.

La oferta exportable del sector de pesca y acuicultura con sus productos insignias como son el camarón y atún en conserva, representan el segundo y tercer rubro más importante del total de las exportaciones no petroleras ecuatorianas. La industria pesquera atunera del país es la segunda más grande y moderna de América; y la calidad y volumen de exportación del camarón ecuatoriano lo ubica al país entre los más grandes exportadores a nivel mundial. (PROECUADOR, 2015)

**Figura 1. Exportaciones de los alimentos procesados del sector pesquero del Ecuador**



*Fuente: Banco Central del Ecuador.*

*Elaborado por: Mero, Karem*

*Unidad: USD FOB en millones*

La tendencia de internacionalización de los alimentos procesados del sector pesquero ecuatoriano, refleja un crecimiento significativo desde el año 2011 al 2015 del 34,03%, según los datos recogidos del Banco Central del Ecuador, en el cual otorga las cantidades y estadísticas de comercio en precio FOB de las exportaciones e importaciones que se realizan en el País.

### **2.1.3. Mercados destino de los productos no petroleros**

La industria gastronómica posee un gran potencial de ventas, donde los productos procesados de pescado pueden ser exportados a diferentes tipos de mercado. Según datos encontrados en la página web del Banco Central del Ecuador los principales destinos de las exportaciones no Petroleras son los presentados a continuación.



**Tabla 1. Principales destinos de las exportaciones no petroleras de Ecuador 2015**

<b>País</b>	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>
Estados Unidos	\$ 2.582.579	26,58%
Colombia	\$ 656.711	6,76%
Vietnam	\$ 605.502	6,23%
Rusia	\$ 587.679	6,05%
China	\$ 476.005	4,90%
Alemania	\$ 457.228	4,71%
España	\$ 425.704	4,38%
Países Bajos	\$ 364.545	3,75%
Italia	\$ 276.936	2,85%
Venezuela	\$ 249.773	2,57%
Francia	\$ 229.513	2,36%
Perú	\$ 213.152	2,19%
Chile	\$ 209.840	2,16%
Turquía	\$ 188.338	1,94%
Bélgica	\$ 184.348	1,90%
Argentina	\$ 176.562	1,82%
Japón	\$ 157.460	1,62%
Reino Unido	\$ 143.364	1,48%
México	\$ 126.878	1,31%
Brasil	\$ 97.564	1,00%
Demás Países	\$ 1.307.648	13,46%
<b>Total</b>	<b>\$ 9.717.329</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Banco Central del Ecuador.*

*Elaborado por: Mero, Karem*

*Unidad: USD FOB en millones*

Como se puede observar en la tabla presentada anteriormente, el principal destino de los productos no petroleros del Ecuador, es Estados Unidos, por lo que se demuestra una gran aceptación de nuestra producción nacional por parte de este mercado internacional.

#### **2.1.4. Casos: Nueva York**

El Ecuador posee una estructura altamente tecnificada y es uno de los mayores exportadores de camarón a los Estados Unidos. De acuerdo al último informe de la Federación de Exportadores del Ecuador, las exportaciones ecuatorianas que se destinan hacia el mercado norteamericano son de 72.678 toneladas; motivo que impulsó a la realización de un proyecto de exportación y comercialización de camarón enlatado al mercado de New York. A través de la

evaluación financiera se logró medir el rendimiento del proyecto concluyendo que es viable económicamente, ya que los estados financieros presentan valores positivos en cada año de proyección. (Estrella, 2014)

El trabajo investigativo de Jorge Estrella, pudo medir a través de una evaluación financiera, la factibilidad de un plan de exportación hacia New York y concluyó que el proyecto era viable económicamente, porque el mercado neoyorquino se destaca por ser uno de los grandes consumidores de productos primarios y procesados del sector pesquero. Lo que representa para la exportación de productos procesados ecuatorianos, un factor favorable para llegar a los mercados internacionales.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1.1. Situación actual del comercio internacional en el mundo.**

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

La facilitación y agilización del comercio internacional, tiene una gran fuerza a través de los acuerdos multilaterales existentes en el mundo, a pesar de los problemas económicos que está viviendo el siglo XXI. Pero el comercio sigue teniendo un alto grado de dinamismo, lo cual debe ser aprovechado por el Ecuador para dar a conocer su canasta exportable a los diferentes mercados internacionales.

Casi siete años después de la crisis financiera mundial, la economía sigue teniendo dificultades para despegar. El comercio internacional ha sufrido también el mismo estancamiento. Esas perspectivas han provocado un debate más amplio sobre si la pérdida de dinamismo del comercio se debe a causas más estructurales que puramente cíclicas y es, por consiguiente, premonitoria de su comportamiento futuro. En el Informe sobre el Comercio Mundial 2013 se examinaron los principales factores que determinan la evolución del comercio y se estableció que los costos comerciales eran uno de esos factores determinantes. (OMC, 2015)

Después de la crisis económica del 2008 algunas barreras se interponen actualmente en el dinamismo del comercio internacional, descubriendo diferentes factores internos y externos que amenazan la economía mundial, los cuales deben ser resueltos aprovechando las negociaciones entre países o bloques comerciales y la aceptación de los diferentes tipos de productos de las principales potencias económicas.

### **2.2.2. Importancia del comercio internacional.**

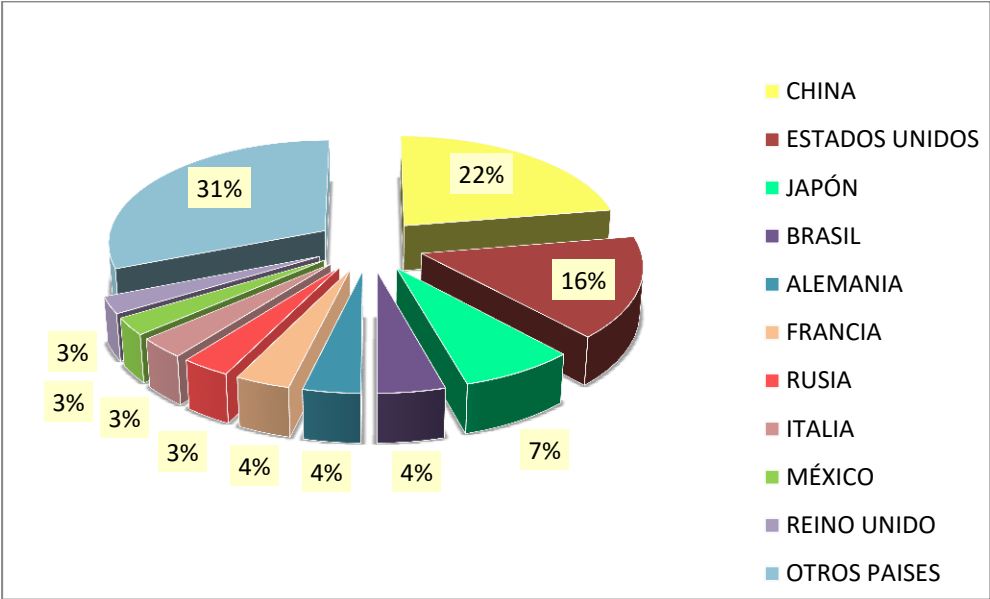
La globalización permite pensar al espacio americano como una industria en donde cada país entra en la división del trabajo internacional. El comercio transnacional, visto de esta manera, posibilita el progreso de importaciones y exportaciones que incrementan el desarrollo económico local y este proceso genera el crecimiento integral de las naciones. En la actualidad existen numerosas teorías que demuestran que no existen naciones que sean autosuficientes. (Riesco, 2011)

La importancia que conlleva el comercio internacional en la economía de los países es de gran magnitud, ya que no hay naciones en la actualidad que sean autosuficientes y siempre buscan el intercambio comercial de bienes y servicios, innovaciones de tecnología, aperturas

sociales, entre otras, buscando nuevas oportunidades de progreso para sus respectivas economías.

**2.2.3. Principales países importadores de alimentos procesados.**

**Figura 2. Principales países importadores de alimentos procesados**

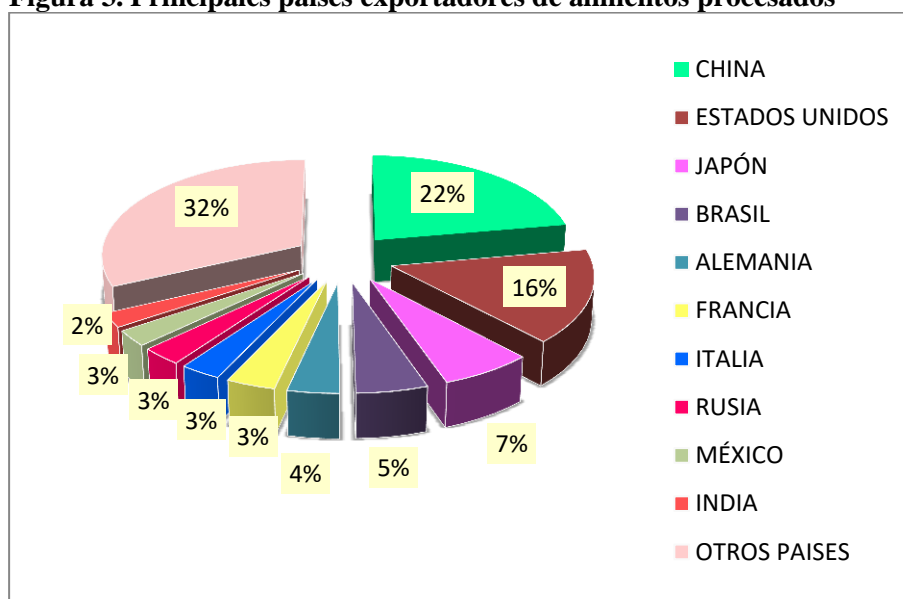


Fuente: Global Insight  
Elaborado por: Mero, Karem  
Unidad: USD FOB en millones

Según Global Insight los cinco principales países a los que se exporta productos procesados son: China, Estados Unidos, Japón, Brasil y Alemania, ya que ellos representan el 53,80 % del mercado internacional que importa actualmente productos procesados de pescado. La presente investigación selecciona a Estados Unidos como mercado objetivo para la exportación, ya que, en este país, está conformado por estados como New York, California, Texas, Florida y Pensilvania, etc. que importan a gran escala este tipo de productos.

## 2.2.4. Principales países exportadores de alimentos procesados.

Figura 3. Principales países exportadores de alimentos procesados



Fuente: Global Insight

Elaborado por: Mero, Karem

Unidad: USD FOB en millones

Según Global Insight los cinco principales países que manejan el mayor porcentaje de exportaciones a nivel mundial son, China, Estados Unidos, Japón, Brasil y Alemania, ya que ellos representan el 53,56 % del mercado actual; lo cual demuestra que estas potencias económicas poseen un gran dinamismo en el comercio internacional de alimentos procesados.

## 2.2.5. Situación actual de las exportaciones en el Ecuador.

Según las cifras del Banco Central (BCE), las exportaciones no petroleras de enero a octubre de este año bajaron 5,8% en relación con el 2014. Y en total (incluyendo las petroleras) la disminución marca el 28,8%. Así lo estima el presidente de la Federación de Exportadores (FEDEXPOR), Felipe Rivadeneira, quien proyecta que las ventas no tradicionales podrían caer hasta el 11%. En tanto que, en las exportaciones tradicionales, solo el banano y el cacao muestran crecimiento en sus ventas al exterior, con la observación de este último sector de que el aumento reflejado es inferior al proyectado a inicios de año. (El Universo , 2015)

Las exportaciones petroleras y no petroleras del Ecuador están disminuyendo debido al encarecimiento del dólar, la caída de materias primas y el incremento de los costos de producción. Por ende, la exportación de productos procesados hacia el mercado de New York, aumentará el rubro de internacionalizaciones no petroleras, aportando así, al crecimiento socioeconómico del País.

## 2.2.6. Productos petroleros y no petroleros del Ecuador.

**Tabla 2. Exportaciones no petroleras principales grupos de productos**

<b>Productos</b>	<b>Valor</b>	<b>Participación</b>
Banano y plátano	\$ 2.356	24,25%
Acuicultura	\$ 1.918	19,74%
Pesca	\$ 1.122	11,55%
Flores y Plantas	\$ 707	7,28%
Cacao y elaborados	\$ 621	6,40%
Metalmecánico	\$ 394	4,06%
Agroindustria	\$ 377	3,89%
Alimentos procesados	\$ 313	3,23%
Forestal y productos elaborados	\$ 302	3,11%
Automotriz	\$ 131	1,35%
Plásticos	\$ 129	1,33%
Café y elaborados	\$ 118	1,22%
Confección y textil	\$ 87	0,90%
Farmacéutico	\$ 57	0,59%
Otros	\$ 1.078	11,10%
<b>Total</b>	<b>\$ 9.717,00</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Banco Central del Ecuador*

*Elaborado por: Mero, Karem*

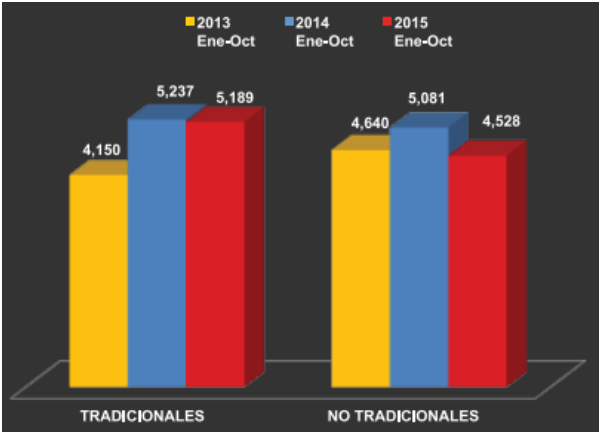
*Unidad: USD FOB en millones*

Las exportaciones petroleras mostraron una caída del 48.96% de enero a octubre de 2015 comparado con el mismo periodo del año anterior. Las exportaciones petroleras de enero a octubre alcanzaron USD 5,980 millones, representando 18,792 miles de toneladas, las mismas que tuvieron un crecimiento del 4.45% de enero a octubre de 2015 en relación al mismo periodo del año anterior. Las exportaciones no petroleras decrecieron un 5.82% de enero a octubre de 2015. En el mismo periodo, nuestro país exportó USD 9,717 millones que representaron 7,889 miles de toneladas. (PROECUADOR, 2016)

En el Ecuador las exportaciones petroleras y no petroleras demuestran una disminución considerable en estos últimos años, lo que influye directamente en el crecimiento socioeconómico de los habitantes, por lo cual se puede inferir que la internacionalización de los productos procesados de pescado incrementará la canasta exportable no petrolera que tiene actualmente el País, buscando la prosperidad económica de la población.

**2.2.7. Productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador.**

**Figura 4. Productos tradicionales y no tradicionales.**



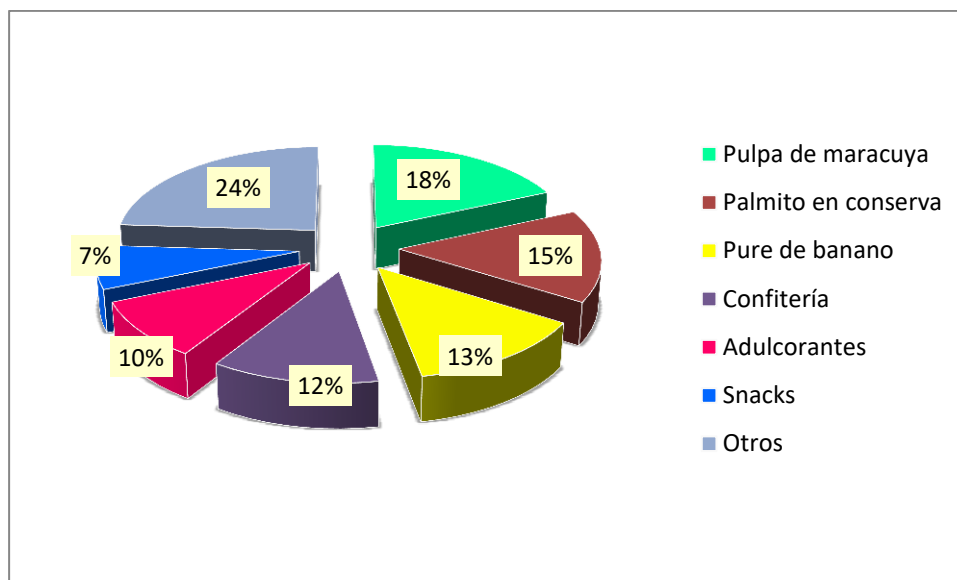
Fuente: Banco central del Ecuador  
Elaborado por: ProEcuador

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

En el Ecuador los productos tradicionales y no tradicionales han tenido un decrecimiento considerable comparando los años 2014 y 2015, lo que perjudica gravemente en la economía del país, en concreto al desarrollo socioeconómico de la población, por esta razón la exportación de productos procesados de pescado busca aumentar los niveles de productividad actualmente establecidos.

## 2.2.8. Exportación de alimentos procesados en el Ecuador.

Figura 5. Alimentos procesados del Ecuador.



Fuente: Banco central del Ecuador  
Elaborado por: Mero, Karem

Es importante recalcar que el sector de alimentos procesados del Ecuador tiene un portafolio grande y diversificado. Entre los principales productos que representaron en el 2015, más del 75% de las exportaciones de este sector están: Pulpa de maracuyá, Palmito en conserva (corazón de palmito, palmito en pedazos), Puré de banano, Confitería, Edulcorantes, Snacks (chifles). Ecuador exportó más de 415 millones de dólares y 275 mil toneladas, De las cuales 61 mil toneladas fueron para Estados Unidos, 51 mil toneladas fueron para Países Bajos y 27 mil toneladas a Colombia, concentrándose más del 50% en estos tres países. (PROECUADOR, 2016)

La exportación de alimentos procesados en el Ecuador está muy bien representada y los productos que más se internacionalizan es la pulpa de maracuyá, Palmito en conserva, Confitería, Puré de banano, Edulcorantes y Chifles entre otros. El País dispone de una gran diversidad de tipos de suelo para los diferentes cultivos, así como, de diferentes estados climáticos aptos para todo tipo de agricultura; generando oportunidad para desarrollar nuevos productos procesados que respondan a la creciente demanda internacional.



### **2.2.9. Mercados de destino**

La economía de Nueva York es variada como su población, es una ciudad basada en numerosos factores económicos, sobresaliendo como uno de los principales centros mercantiles a nivel mundial, sin olvidarnos del turismo, de su puerto comercial, que es uno de los más grandes del mundo, o de su actividad industrial, lo que le permite tener una amplia gama de relaciones comerciales con otros países.

### **2.2.9. Barreras arancelarias y no arancelarias.**

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional. Por otro lado, las barreras no arancelarias se refieren a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características. (PROECUADOR, 2015)

Las barreras arancelarias son valores que pagan los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías. Mientras que las barreras no arancelarias son disposiciones gubernamentales y por lo general son sanitarias o técnicas que dificultan la armonía del comercio, pero son justificadas y necesarias, ambas son medidas proteccionistas y ayudan a equilibrar la Balanza Comercial.

## 2.2.10. Incoterms

Figura 6. Incoterms 2010

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

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor   ■ Comprador   ■ Vendedor / Comprador

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: PROECUADOR

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. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada termino permite determinar los elementos que lo componen, el propósito de estos terminos es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos mas usados en el Comercio internacional. (Giménez, 2015).

Se define como Términos Internacionales de Comercio (Incoterms) al conjunto de reglas regidas por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional, con el propósito

de proveer un grupo de directrices para la interpretación de los procesos más usados en el comercio internacional.

**2.2.10.1. El término Ex Works (EXW)**

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

**2.2.10.2. El término Free Carrier (FCA)**

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

**2.2.10.3. El término Free Alongside Ship (FAS)**

Las obligaciones del exportador se cumplen cuando la mercadería, ya pagados los atributos al comercio exterior, es ubicada al costado del buque en el muelle del puerto de embarque convenido en el contrato de compra-venta internacional.

**2.2.10.4. El término Free on Board (FOB)**

El exportador pone a disposición las mercancías, en el puerto de embarque designado, a bordo del buque escogido por el importador, y efectuar los trámites de aduana para la exportación. En un contrato con el termino FOB, el vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercadería está a bordo del buque en el puerto de embarque designado.

**2.2.10.5. El término Carriage Paid To (CPT)**

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

#### ***2.2.10.6. El término Carriage and Insurance Paid To (CIP)***

El término CIP es similar al CPT, pero el exportador debe suministrar además un seguro de transporte. El exportador cierra el contrato de transporte, cancela el flete y la prima de seguro.

#### ***2.2.10.7. El término Cost and Freight (CFR)***

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

#### ***2.2.10.8. El término Cost Insurance Freight (CIF)***

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

#### ***2.2.10.9. El término Delivery At Place: (DAP)***

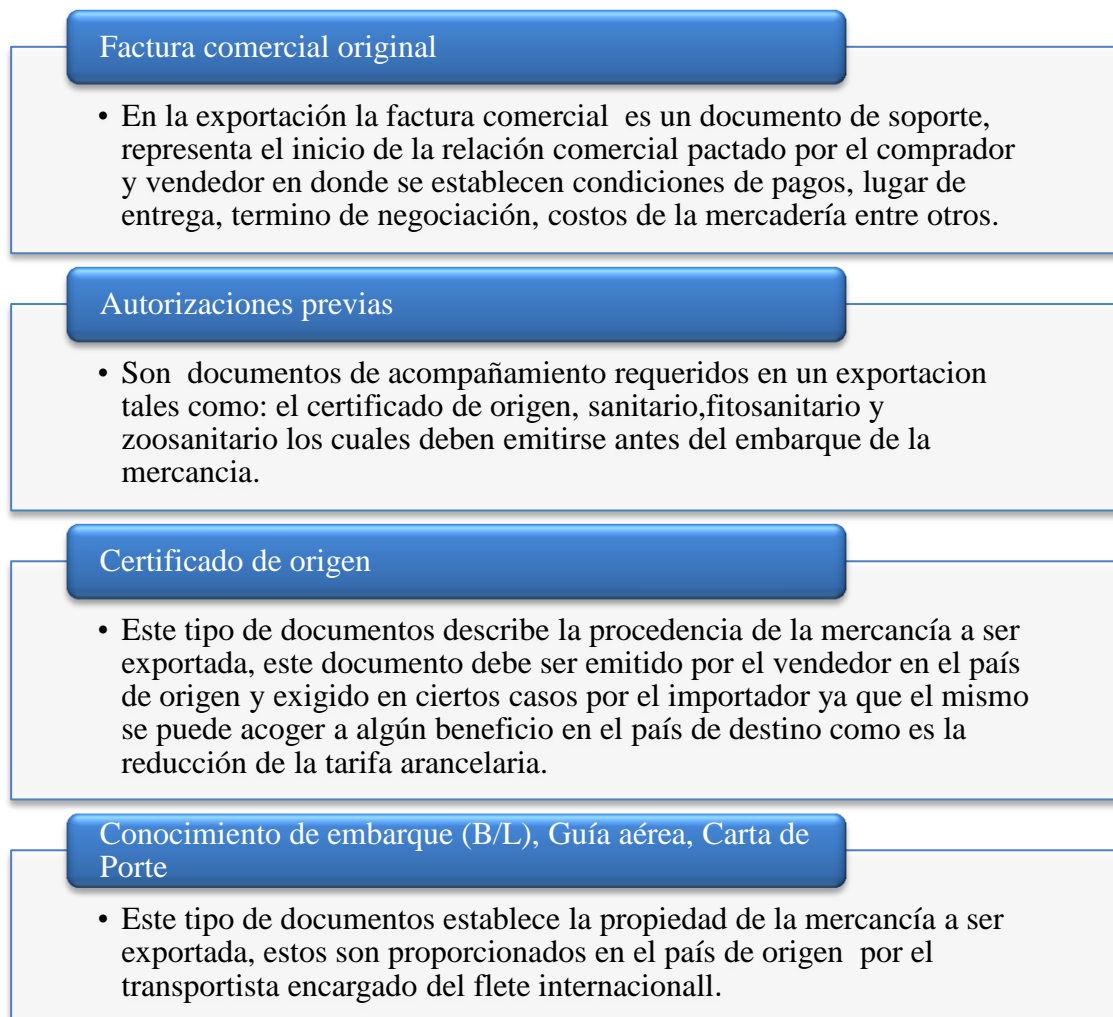
El exportador debe entregar las mercancías, teniéndolas a disposición del importador en el lugar de destino convenido. Debe pagar los aranceles de exportación en caso de haberlos en el lugar de origen, pero en cambio no tiene ninguna obligación de hacer lo mismo con los aranceles en destino.

#### ***2.2.10.10. El término Delivered Duty Paid: (DDP)***

En este último caso el exportador tiene la totalidad de obligaciones contractuales; la transferencia de los gastos y riesgos se efectúa en el momento de la entrega en el establecimiento de destino convenido con el importador. El pago de los impuestos al comercio exterior de importación también es responsabilidad del exportador.

## 2.2.11. Documentos de exportación

Figura 7. Documentos de exportación



*Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador  
Elaborado por: Mero, Karem*

Los documentos de exportación aprueban la venta en una negociación internacional, constituyen título de propiedad de las mercancías y evidencian el embarque, son parte de los primeros pasos para la exportación de los productos procesados, se debe regir a las disposiciones establecidas en la normativa nacional e internacional para que ninguna de las partes intervinientes se vea perjudicada.

### **2.2.12. Cadena logística internacional**

La logística surge ligada a las actividades de toma de decisiones de los altos mandos militares, principalmente en Inglaterra en la década de 1940. En la actualidad el tema de la logística se asume con tanta importancia que en las organizaciones se estipula un área específica para su tratamiento; su evolución a través del tiempo ha sido constante, hasta convertirse hoy en una de las principales herramientas para que una organización sea considerada como empresa del primer mundo. (Serrano, 2014).

Se destaca que la cadena logística internacional tiene gran importancia, se especializa en buscar la satisfacción del cliente establecido en el mercado objetivo, optimizando el transporte y el mercadeo en general. Examinar la logística es una parte primordial para el cumplimiento de los objetivos, ya que se ha convertido en una de los principales instrumentos estratégicos para cualquier tipo de organización a nivel internacional.

La importancia de la cadena logística internacional radica en la necesidad de mejorar el servicio al cliente, optimizando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible. Algunas de las actividades que se destacan de la gerencia logística de una empresa es el aumento y la eficiencia en líneas de producción, el desarrollo de sistemas de información y la rotación bien proporcionada del inventario.

#### ***2.2.12.1. Logística de aprovisionamiento.***

El aprovisionamiento contempla todos los procesos y actividades a controlar el suministro que realizan los diferentes proveedores con los que cuenta la empresa en el desarrollo de sus operaciones. Como tal se constituye en un proceso mediante el cual el empresario resuelve problemas complejos, tales

como las cantidades demandadas, el momento adecuado para llevar a cabo su solicitud y los procedimientos a seguir, entre otros. (Orrego, 2014).

La logística de aprovisionamiento es la gestión de asegurar el abastecimiento de mercancías para la producción, esta operación debe ser continua y desenvolverse en las mejores condiciones a fin de cumplir con los objetivos del negocio, buscando la satisfacción de los clientes. También se la puede definir como el proceso de gestión para asegurar el abastecimiento de mercancías para la producción, con el fin de evitar los faltantes ante los clientes. Es una operación que debe ser continua y desarrollarse en las mejores condiciones a fin de cumplir con los objetivos del negocio.

#### ***2.2.12.2. Logística de distribución.***

Una vez los productos han sido elaborados, terminados y almacenados, el siguiente paso dentro de la gestión logística de la cadena es la de cumplir con las necesidades de nuestros clientes; en otras palabras, en organizar la distribución y transporte de los productos, a fin de cubrir la demanda del mercado y llevarlos hasta su destino final. (Ramírez, 2015).

La logística de distribución es uno de los pasos de la gestión, en la que se encarga de organizar el transporte, a fin de cubrir la demanda del mercado y llevarlos hasta su destino final cuidando tres puntos específicos el cual como primer punto tenemos la previsión de la actividad de los centros logísticos, segundo la movilización de las mercancías de un lugar a otro del almacén contando con los recursos y equipos necesarios para ello, y por último la preparación de los pedidos cuando se requiera llevar a cabo las actividades de transformación del producto.

### **2.2.12.3 JUST IN TIME en la logística**

El JIT busca responder a los clientes con precios cada vez más bajos y con una calidad cada vez mayor, promoviendo que las unidades de mercancía lleguen justo cuando son necesarias. Es una excelente herramienta para ayudar a los directores de operaciones a producir valor añadido eliminando derroches y variabilidades no deseadas, es decir, eliminando costos asociados a inventarios innecesarios, mejorando el rendimiento y respaldando estrategias de respuesta rápida. (Rojas, 2011).

El JIT busca minimizar pérdidas a través de la eliminación de desperdicios, reducir costos y obtener una mejor calidad en cuanto al tránsito por el que pasa la mercadería, además una relación más cercana con los suministradores y un acortamiento en el tiempo de entrega de la mercancía.

## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Plan estratégico de exportación.**

Un plan estratégico de exportación es un instrumento importante dentro del comercio exterior, ya que es el método para cualquier empresa internacionalice su producción ya que establece las guías necesarias para empezar tu proyecto, como son, seleccionar el mercado potencial, canales de distribución, etc. siguiendo un orden secuencial de las operaciones, definiendo todos los puntos anteriormente mencionados.

### **2.3.2. Restricciones**

Se caracterizan por ser obstáculos que pone un país en cualquier parte del mundo a las importaciones de mercancías de otras naciones, para proteger el mercado nacional de la competencia exterior, o a las exportaciones, con la finalidad de controlar la inflación interna económica del que las aplica.



### **2.3.3. Matriz productiva**

La matriz productiva de un país está representada por la industrialización de sus productos naturales a través de procesos de transformación, para que el producto final contenga un valor agregado, eso generará desarrollo, bienestar y progreso a la población de un determinado país. Transformar la matriz productiva es uno de los retos más ambiciosos del Ecuador, ya que permitirá superar el actual modelo de generación de riquezas basado en recursos naturales, por un modelo democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento y las capacidades de los habitantes ecuatorianos.

### **2.3.4. Inocuidad alimentaria**

La inocuidad alimentaria se refiere a las condiciones y prácticas que preservan la calidad de los alimentos procesados de un país, para prevenir las infecciones o enfermedades transmitidas por su consumo, que es muy importante tenerla en cuenta al momento de exportar, para llevar un producto de calidad sanitaria hacia el importador.

### **2.3.5. Producto fitosanitario**

Se define como aquella sustancia destinada a destruir directamente alguna forma de vida animal o vegetal, perjudiciales para la salud pública y también para la agricultura, su empleo está en la base de la denominada Revolución verde desde mediados del siglo XX, lo que permite mejorar las posibilidades de comercialización internas y externas de un producto, optimizando la calidad con la que llega al consumidor.

### **2.3.6. Comercio Internacional**

Es el intercambio de bienes y servicios entre naciones diferentes permitiendo el ingreso de divisas al país exportador, mejorando así la economía del mismo y complementado al país importador ya que ninguna nación es autosuficiente, permitiendo la competitividad de las partes intervinientes en la comercialización.

### **2.3.7. Canales de distribución**

Es el conjunto de personas u organizaciones que están entre el exportador como punto de partida y el usuario final o importador como punto final, que intervienen en la facilitación a la logística del producto elaborado, facilitando su proceso de internacionalización.

### **2.3.8. Análisis de precios**

Es el estudio del valor transaccional de un producto que va a ser exportado, investigando si hay productos similares o sustitutos que satisfacen las necesidades de los importadores, caso contrario se toma en cuenta la oferta y la demanda que puede tener el bien o servicio objeto de la investigación a través de instrumentos de recopilación de información adecuados.

### **2.3.9. Mercado meta**

Es el país al que va a ser exportado y posicionado el producto elaborado cumpliendo con las necesidades del importador o consumidor final, aplicando un conjunto de elementos estratégicos, que destacan las cualidades y características del nivel de aceptación del bien.

### **2.3.10. Mercados potenciales**

Son los países que están incluidos indirectamente en la investigación que son total o discretamente analizados porque no consumen el bien que deseamos ofrecer, y son reconocidos para futuras internacionalizaciones de un producto terminado.

### **2.3.11. Distribución**

El término distribución se lo reconoce como el conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por la empresa exportadora hasta que ha sido comprado por el consumidor final. La distribución comercial es responsable de que el valor tiempo y el valor lugar a un bien sean optimizados, poniendo el producto a disposición del cliente en el momento y lugar en que lo necesite.

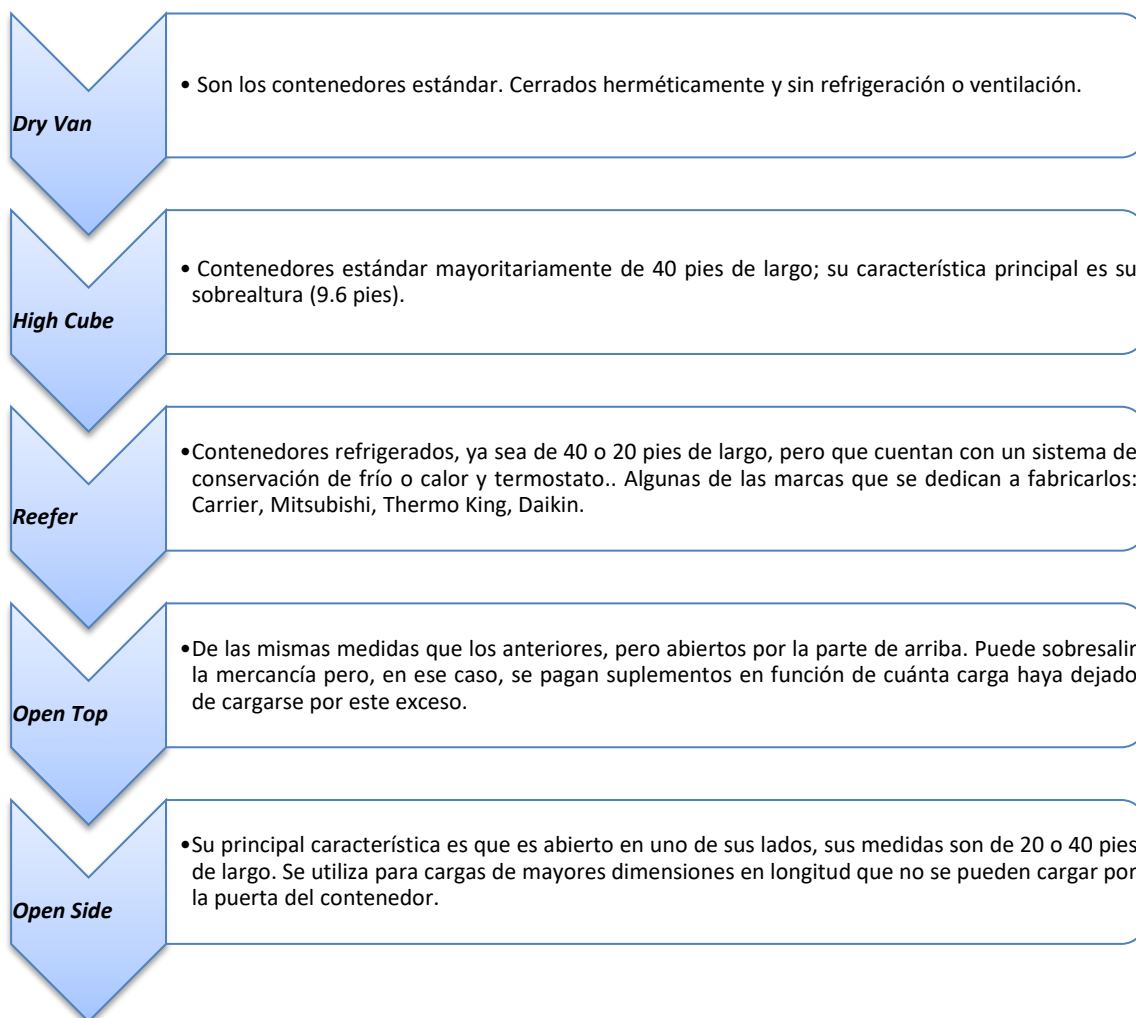
### 2.3.12. Transporte de mercancías

El término transporte de mercancías es un término muy amplio, pero para definirlo en el presente trabajo investigativo, se lo denomina como la forma de enviar un bien o servicio, ya sea por medio aéreo, marítimo, fluvial o terrestre o una combinación de estos (multimodal): buscando que el tiempo de entrega de un producto vendido hacia el exterior sea el adecuado y busque la satisfacción del cliente.

### 2.3.13. Contenedores

Un contenedor es un recipiente de carga para el transporte marítimo o fluvial, transporte terrestre o multimodal y se dividen en los tipos descritos a continuación:

**Figura 8. Tipos de contenedores.**



*Fuente: Ibertransit*

*Elaborado por: Mero, Karem*

Se trata de unidades solidas definidas que protegen las mercancías de factores climatológicos y pueden utilizarse para transportar objetos voluminosos o pesados haciendo que sea una herramienta esencial en el comercio internacional.

#### **2.3.14. Medios de pago**

Existen diferentes formas para recibir los pagos de las mercancías, las más usadas son: cobranza bancaria, carta de crédito, pago directo.

##### **Cobranza bancaria**

Se da cuando existe una mutua confianza entre el exportador y el importador, los bancos solo tienen la responsabilidad de seguir las instrucciones de cobro de las partes.

##### **Carta de crédito**

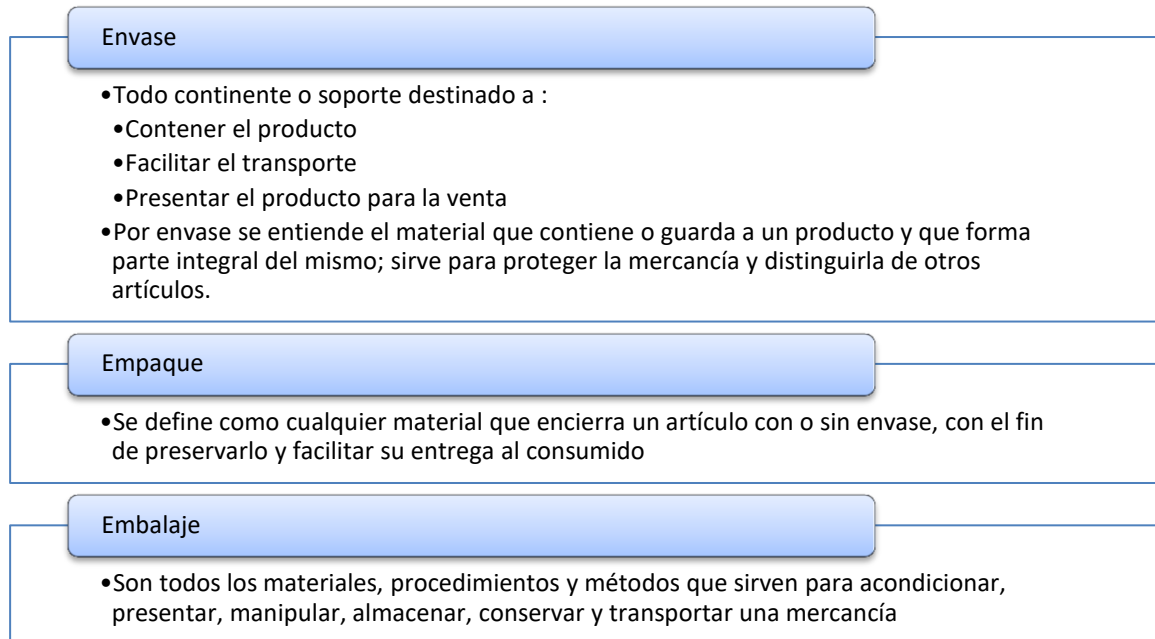
Es una de las más recomendadas para un exportador que recién inicia sus actividades ya que interviene una entidad bancaria en la operación, esta da seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez enviadas y cuando el exportador cumpla las condiciones establecidas.

##### **Pago directo**

El importador realiza el pago directamente al exportador o utiliza una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad, son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado.

### 2.3.15. Envase, empaque y embalaje

**Figura 9. Envase, empaque y embalaje**



*Fuente: Gestipolis*

*Elaborado por: Mero, Karem*

El envase, empaque y embalaje son instrumentos utilizados en el comercio internacional para salvaguardar diferentes factores, ya sea de seguridad, diseño, etc. Con la finalidad de buscar la satisfacción del cliente.

## 2.4. Marco legal

### 2.4.1. Marco legal supranacional

#### 2.4.1.1. Acuerdos comerciales del Ecuador.

**Tabla 3. Acuerdos Comerciales del Ecuador.**

PAÍS	INSTRUMENTO	FECHA DE SUSCRIPCIÓN	ENTRADA EN VIGENCIA
CHILE	Acuerdo de Complementación Económica	10-mar-08	20-ene-10
	Acuerdo de Complementación Económica No.65	22-jul-11	13-mar-13
BRASIL	VIII Protocolo al ACE Nro. 59	30-dic-09	16-feb-11
	Memorando de implementación del proyecto “Exportación por envíos postales para medias, pequeñas y micro empresas”	21-dic-10	21-dic-10
	Acuerdo complementario para la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador	17-jul-11	17-jul-11
	Memorando de entendimiento en materia de monitoreo comercial, inversiones y financiación	21-nov-11	21-nov-11
CUBA	Acuerdo de Complementación Económica Nro 46	10-mar-10	25-ene-11
VENEZUELA	Acuerdo de Cooperación para Profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo	26-mar-10	02-dic-10
GUATEMALA	Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	15-abr-11	10-feb-13
BELARUS	Memorando para la Creación de la Comisión Mixta de Cooperación Económica – Comercial	17-oct-11	17-oct-11
PANAMÁ	Protocolo de Adhesión de la República de Panamá – Apertura de Mercados a Favor de Ecuador	02-feb-12	25-sep-12
	Acuerdo regional de apertura de mercados a favor de Ecuador	22-feb-12	25-sep-12
	Acuerdo regional que instituye la preferencia arancelaria regional	02-feb-12	25-sep-12
INDONESIA	Memorando de Entendimiento sobre Cooperación en Comercio e Inversiones	23-jun-12	23-jun-12
COLOMBIA	Acta de la Reunión del Comité Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de la Vecindad e Integración Colombo Ecuatoriana.	05-abr-13	05-abr-13
	Declaración Presidencial	25-nov-13	25-nov-13
	Acuerdo de Reconocimiento Mutuo.	05-mar-97	05-mar-17
PERÚ	Comité Técnico Binacional de Facilitación del Comercio, Inversiones y Turismo.	18-mar-11	18-mar-11
	IX Comisión de Vecindad Ecuatoriano-Peruano.	19-sep-12	19-sep-12
	Memorando De Entendimiento en Materia de Promoción Turística	23-nov-12	23-nov-12
	Memorando de Entendimiento Pro Ecuador y Pro inversión	23-nov-12	23-nov-12
	Declaración Conjunta Presidencial Ecuador- Perú.	14-nov-13	14-nov-13
ARGENTINA	Acuerdo de cooperación en el área de la promoción comercial y transferencia de tecnología.	22-mar-07	22-mar-07
	Caddendum n° 1 al memorandum de entendimiento sobre colaboración en materia de promoción.	21-abr-08	21-abr-08
	Memorándum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial.	20-sep-07	20-sep-07
URUGUAY	Convenio de Cooperación Institucional entre el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) y la Agencia de promoción de Inversiones y Exportaciones.	–	22-nov-12
REPÚBLICA DOMINICANA	Grupo conjunto de estudio de factibilidad para la profundización de las relaciones económicas.	14-oct-11	14-oct-11

*Fuente: Ministerio de Comercio Exterior.*

*Elaborado por: Mero, Karem*

En la tabla presentada anteriormente se puede visualizar los acuerdos comerciales que tiene actualmente el Ecuador, estableciendo así un abanico de mercados disponible para poder incrementar la oferta exportable de los productos procesados hacia nuevos destinos; buscando el incremento de la productividad del País y crecimiento socioeconómico de la población.

#### ***2.4.1.2. Organización mundial de la salud Codex Alimentarius***

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

Para la exportación de productos procesados se siguen las normas establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) a través del Codex Alimentarius el cual brinda la información, acerca de los estándares de calidad que deben poseer los alimentos que vayan a internacionalizarse, con la intención de que se ajuste a las especificaciones de los importadores.

#### ***2.4.1.3. Administración de alimentos y medicamentos (FDA)***

La Administración de alimentos y medicamentos, FDA (Food and Drug Administration), es la agencia del gobierno de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos, medicamentos, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos que son importados para uso o consumo tanto de personas como para animales.

#### ***2.4.1.4. Registro de instalaciones alimentarias***

Las empresas donde se fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos para consumo humano o animal que se consumirán en los Estados Unidos deben registrarse ante la FDA. En caso de un potencial incidente bioterrorista o un brote de enfermedades transmitidas por alimentos, la información de las instalaciones ayudará a la FDA a determinar la ubicación y fuente de un posible suceso y permitirá notificar a las instalaciones que puedan haber sido afectadas resguardando el bienestar de los habitantes de dicho país.

### **2.4.2. Marco legal nacional**

#### ***2.4.2.1. Constitución del Ecuador.***

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

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

306.- El Estado promoverá las exportaciones con preferencia de aquellas que generen empleo y mayor valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

La exportación de productos procesados busca, desarrollar, fortalecer y promover la producción nacional, permitiendo la internacionalización de este tipo de alimentos de manera eficiente, impulsando así la inserción estratégica del país en la economía internacional.



**2.4.2.2. *Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del libro v del código orgánico de la producción, comercio e inversiones.***

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

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas. (Reglamento del COPCI, 2011)

Según lo establecido en el Reglamento del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, un producto tendrá la salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano para su internacionalización en el exterior presentando la declaración aduanera de exportación ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

**2.4.2.3. *Transformación de la matriz productiva***

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.

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

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

La exportación de productos procesados, impulsa la transformación de la matriz productiva, con la finalidad de diversificar los mercados de destino, siguiendo los objetivos establecidos por la Secretaría Nacional de Planificación y Riegos.

#### **2.4.2.4. Reglamento sanitario de alimentos procesados-Ministerio de Salud Pública.**

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

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

La etiqueta del empaque de los productos procesados, es autorizada por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente de los alimentos procesados para el consumo humano, cumpliendo así con los estándares que debe tener un producto de exportación.

#### **2.4.2.6. Ministerio de Comercio Exterior**

El Ministerio de Comercio Exterior es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y

multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país. (Ministerio de Comercio Exterior , 2016)

La exportación de productos procesados de pescado, se basa en seguir los lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior, que está encargado de contribuir al cambio de la matriz productiva, mediante la formulación hasta la gestión de los procesos de coordinación de las políticas de comercio exterior con la finalidad de contribuir con el crecimiento del país tanto económico como social.

#### **2.4.2.7. ProEcuador**

PROECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. Cuya misión es promover la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador con énfasis en la diversificación de productos, mercados y actores; y la atracción de inversión extranjera, cumpliendo con los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir. (ProEcuador, 2016)

Los productos procesados están considerados dentro de la canasta exportable no tradicional, lo que es conveniente para el proyecto porque puede ser asistido por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (ProEcuador) el cual es el organismo encargado de promover este tipo de productos hacia los mercados internacionales, con el propósito de cumplir los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

#### ***2.4.2.8 Agencia ecuatoriana del aseguramiento de la calidad del agro (AGROCALIDAD)***

Es un organismo público dentro del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), encargado de elaborar el reglamento de certificaciones a nivel nacional y de proteger el mejoramiento de la sanidad animal, sanidad vegetal e inocuidad alimentaria.

#### ***2.4.2.9 Secretaria Técnica de la Droga (SETED)***

Controla la salida de estupefacientes de Ecuador hacia el resto del mundo, supervisa las actividades de prevención del uso indebido de drogas y controla la producción y venta de sustancias sujetas a fiscalización y de los medicamentos que las contengan, además realiza la inspección pre-embarque de contenedores mediante el uso de canes.

## **Capítulo III**

### **Metodología de la investigación**

#### **3.1. Tipo de estudio**

El tipo de investigación para el presente trabajo se establece de manera descriptiva mediante un estudio de campo que constituye un proceso sistemático, riguroso y legítimo de recolección, análisis y presentación de datos, basándose en una estrategia de interpretación directa de información fundamental para la investigación. Para validar la investigación de campo, esta será dirigida a los productores de corviches del Recinto Cantagallo, Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí.

#### **3.2. Método de investigación**

La presente metodología de la investigación que se utilizó en este trabajo, es de diseño no experimental, de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo, ya que, por la complejidad del proceso, se enfocará en la técnica de encuestas a los migrantes ecuatorianos en New York y a los productores de corviches del Recinto Cantagallo, con la finalidad de recibir datos reales para su respectiva interpretación; y en la revisión e interpretación de la situación actual del problema.

#### **3.3. Técnicas e instrumentos**

##### **3.3.1. Encuesta**

La encuesta es una herramienta que permite, mediante la tabulación de datos de la muestra establecida; el análisis profundo de las tablas de frecuencias de las respuestas otorgadas de los productores de corviches del Recinto Cantagallo, con el objetivo de generar certeros análisis a la realidad ecuatoriana, además se realizarán encuestas en la ciudad de New York a los migrantes ecuatorianos.

### 3.3.2. Procesamiento de datos

La organización de la información será en función a su veracidad y oportunidad empleando sistemas informáticos adecuados, tanto para lo textual, como para lo estadístico con programas informáticos como Microsoft Word y Excel, para la respectiva presentación. Se utilizará la presentación de gráficos para una mejor comprensión del tema analizado con la finalidad de verificar el problema existente y validar la propuesta planteada en el presente trabajo investigativo.

### 3.4. Población y Muestra

La población indica un promedio de 160 productores de corviches del Recinto Cantagallo, los cuales han sido considerados para sacar el tamaño de la muestra y así llevar a cabo la investigación; y que servirán para determinar con mayor autenticidad el presente trabajo investigativo.

Se aplica la siguiente fórmula:

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

#### Simbología:

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

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

**Tabla 4. Tamaño de la muestra**

<b>Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 160 con una p de 0,5</b>										
<b>Nivel de Confianza</b>	<b>d [error máximo de estimación]</b>									
	<b>10,0%</b>	<b>9,0%</b>	<b>8,0%</b>	<b>7,0%</b>	<b>6,0%</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,0%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>1,0%</b>
<b>90%</b>	47	55	63	74	86	100	116	132	146	156
<b>95%</b>	60	68	77	88	100	113	126	139	150	157
<b>97%</b>	68	76	86	96	107	119	131	143	152	158
<b>99%</b>	82	90	99	109	119	129	139	147	154	158

*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

Después de aplicar la fórmula a través de una tabla de Excel, dio como resultado que el tamaño de la muestra es 113, por lo tanto, se aplicará a los productores de corviches del Recinto Cantagallo

Con respecto a las encuestas realizadas en la ciudad de New York, Estados Unidos se tomó como muestra a 400 migrantes ecuatorianos, los cuales fueron los que respondieron las encuestas vía online.

### 3.5. Interpretación de resultados

#### 3.5.1. Encuesta Nacional

Pregunta 1: ¿Cómo califica usted la comercialización de corviches, que tiene hasta el momento?

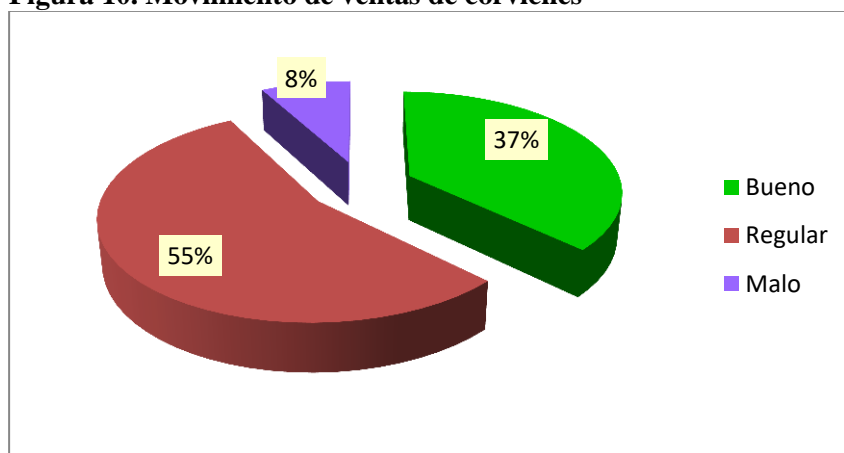
**Tabla 5. Movimiento de ventas de corviches**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Excelente	0	0,00%
Muy bueno	0	0,00%
Bueno	42	37,17%
Regular	62	54,87%
Malo	9	7,96%
Total:	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 10. Movimiento de ventas de corviches**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

#### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 1, el 37,17% respondió que considera “bueno” la comercialización de corviches, mientras que el 54,87% alegó “regular” y el 7,96% manifestó “malo”. Lo cual representa que los productores de corviche del Recinto Cantagallo califican la comercialización de corviches que tiene hasta el momento en un gran porcentaje como regular, debido a que sus clientes disminuyen su volumen de compra, ya sea por la situación económica del mismo o por el hecho que el productor no busca nuevas formas de vender el producto hacia nuevos mercados.



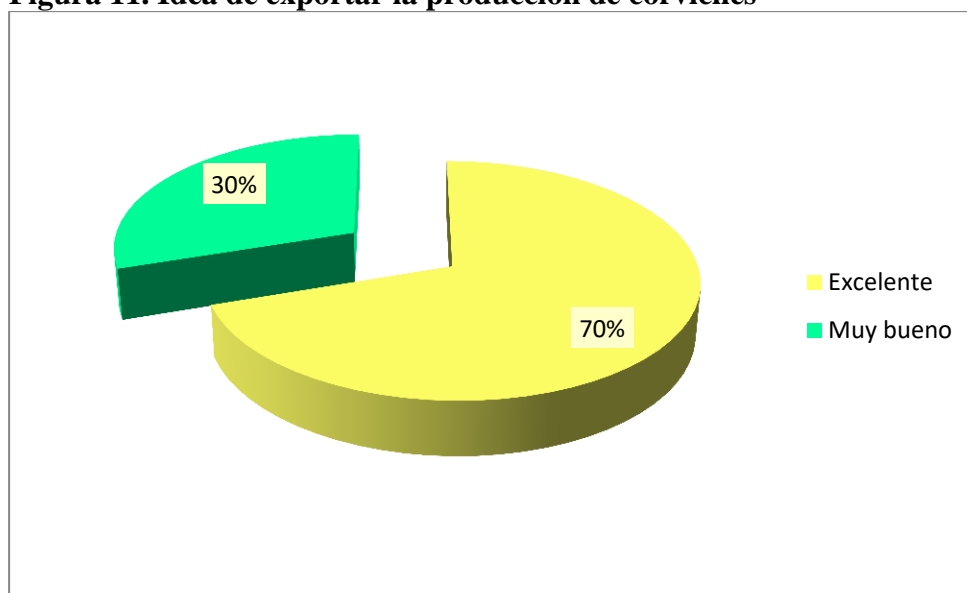
Pregunta 2: ¿Cómo califica usted la idea de exportar su producción?

**Tabla 6. Idea de exportar la producción de corviches**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Excelente	79	69,91%
Muy bueno	34	30,09%
Bueno	0	0,00%
Regular	0	0,00%
Malo	0	0,00%
Total:	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 11. Idea de exportar la producción de corviches**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, el 69,91% respondió que considera “excelente” la idea de exportar su producción, mientras que el 30,09% alego “muy bueno”. Lo cual representa que la totalidad de productores de corviche del Recinto Cantagallo ven la idea de exportar el corviche hacia nuevos mercados como óptima y eficiente, demostrado que es necesario un plan de exportación de corviches, que proyecte la internacionalización de su producto.

Pregunta 3: ¿Cómo considera usted la aceptación de los corviches que produce?

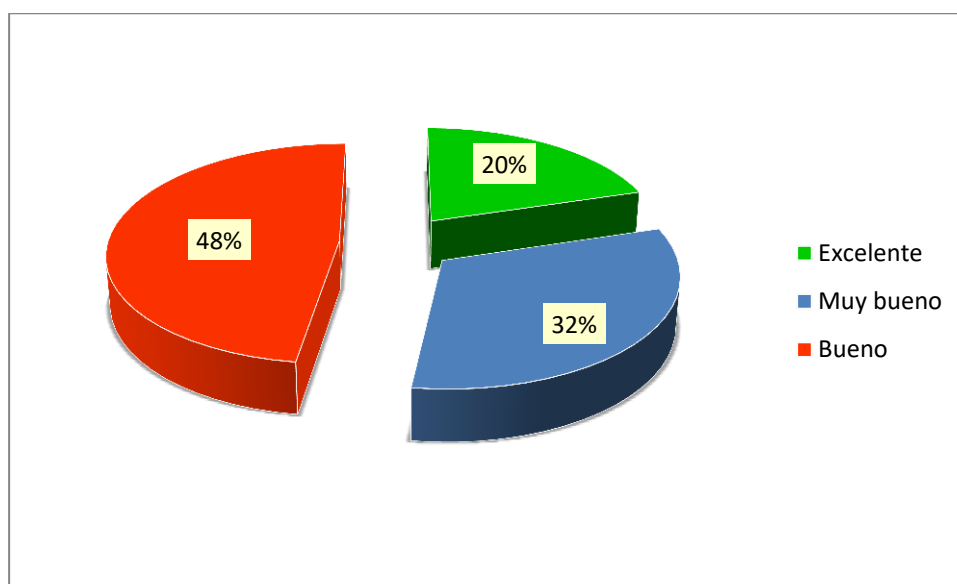
**Tabla 7. Aceptación del corviche**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Excelente	23	20,35%
Muy bueno	36	31,86%
Bueno	54	47,79%
Regular	0	0,00%
Malo	0	0,00%
Total:	<b>113</b>	<b>100 %</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 12. Aceptación del corviche**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 3, el 20,35% respondió que considera “excelente” la aceptación que tienen los corviches, mientras que el 31,86% alegó “muy bueno” y el 47,79% consideró que “bueno”. Lo cual representa que desde el punto de vista de los productores de corviche del Recinto Cantagallo consideran que sus productos tienen una aceptación considerable como para que el producto sea vendido hacia nuevos mercados, enfatizando que su producto se caracteriza por su atractivo sabor y textura.

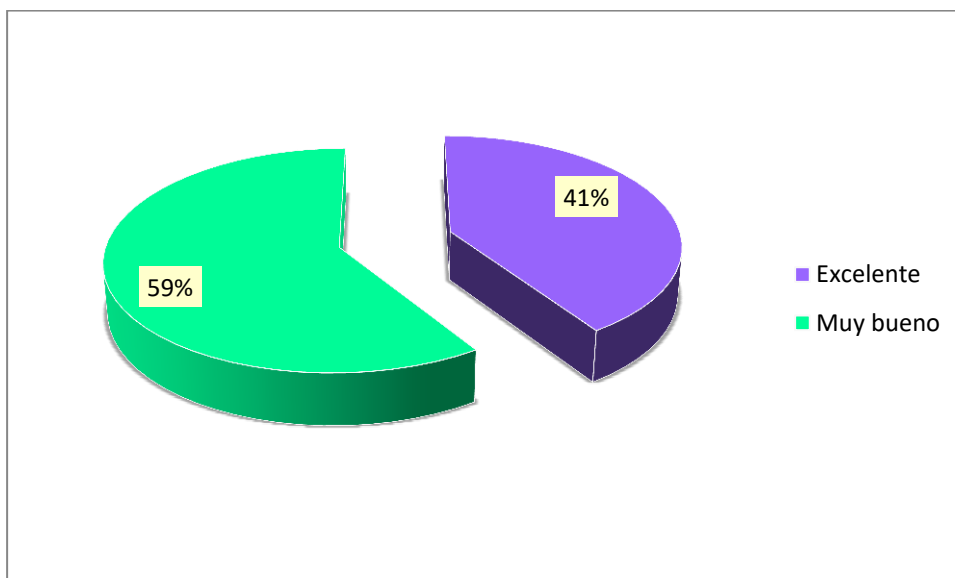
Pregunta 4: ¿Qué perspectiva tiene usted de que su producto el corviche, sea reconocido en el extranjero?

**Tabla 8. Idea de que el corviche sea reconocido en el extranjero**

Variable	Cantidad	Porcentaje
<b>Excelente</b>	46	40,71%
<b>Muy bueno</b>	67	59,29%
<b>Bueno</b>	0	0,00%
<b>Regular</b>	0	0,00%
<b>Malo</b>	0	0,00%
<b>Total:</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 13. Idea de que el corviche sea reconocido en el extranjero**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, el 40,71% respondió que considera “excelente” idea de que el corviche sea reconocido en el extranjero, mientras que el 59,29% alegó “muy bueno”. Lo cual representa que los productores de corviche del Recinto Cantagallo aspiran que su producto el corviche sea reconocido en el extranjero, con la finalidad darle al Cantón Cantagallo una mejor promoción de calidad de su producción tanto a nivel nacional como internacional.

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

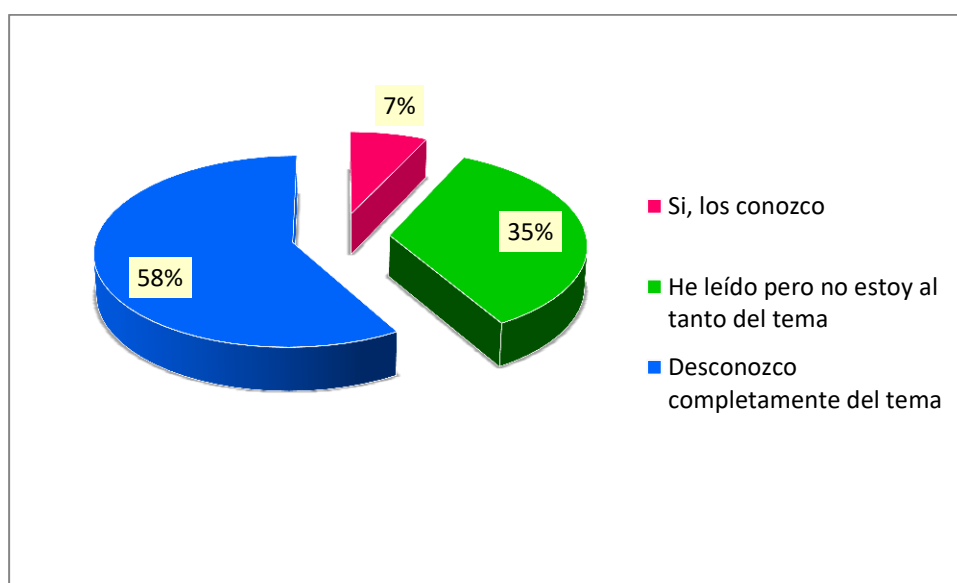
**Tabla 9. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos procesado**

Variable	Cantidad	Porcentaje
<b>Sí, los conozco</b>	8	7,08%
<b>He leído, pero no estoy al tanto del tema</b>	39	34,51%
<b>Desconozco completamente del tema</b>	66	58,41%
<b>Total:</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 14. Conocimiento sobre proyectos de exportación de productos procesado**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 5, el 7,08% respondió que “sí conocen” sobre exportación de productos procesados, mientras que el 34,51% alegó que “han leído, pero no están al tanto del tema” y el 58,41% manifestó que “desconocen completamente del tema” de exportación de productos procesados. Lo cual representa que un gran porcentaje de productores de corviche del Recinto Cantagallo necesitan una herramienta que les permita ampliar sus conocimientos en los procesos para internacionalizar su producto.

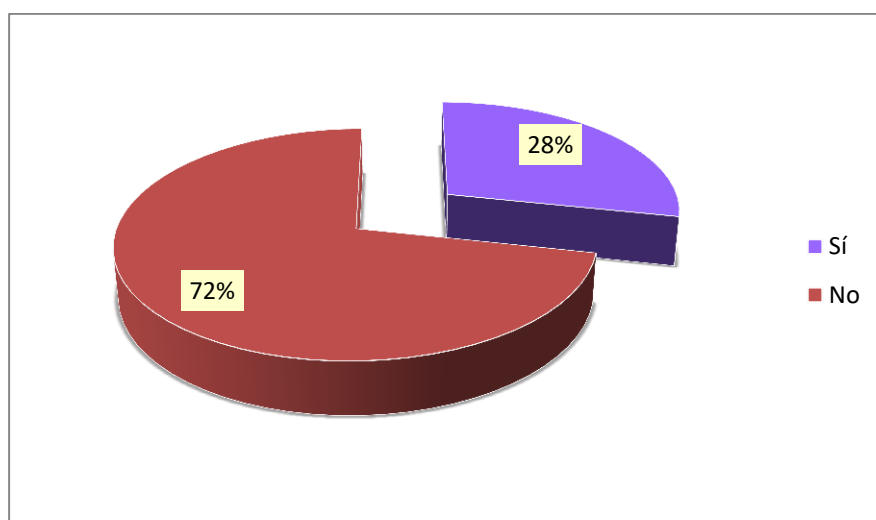
Pregunta 6: ¿Su actividad como productor de corviches, genera los recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida?

**Tabla 10. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Sí	32	28,32%
No	81	71,68%
Total	<b>113</b>	<b>100%</b>

Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem

**Figura 15. Recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida**



Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 6, el 28,32% respondió que “Sí”, mientras que el 71,68% alegó que “No”. Lo cual representa que la actividad comercial de un gran porcentaje de productores de corviche del Recinto Cantagallo, no genera los recursos financieros suficientes para sustentar su estilo de vida, por lo que es necesario generar una herramienta que les permita diversificar los mercados de destino de su producción, con la finalidad que puedan generarse mejores recursos económicos para esta población.

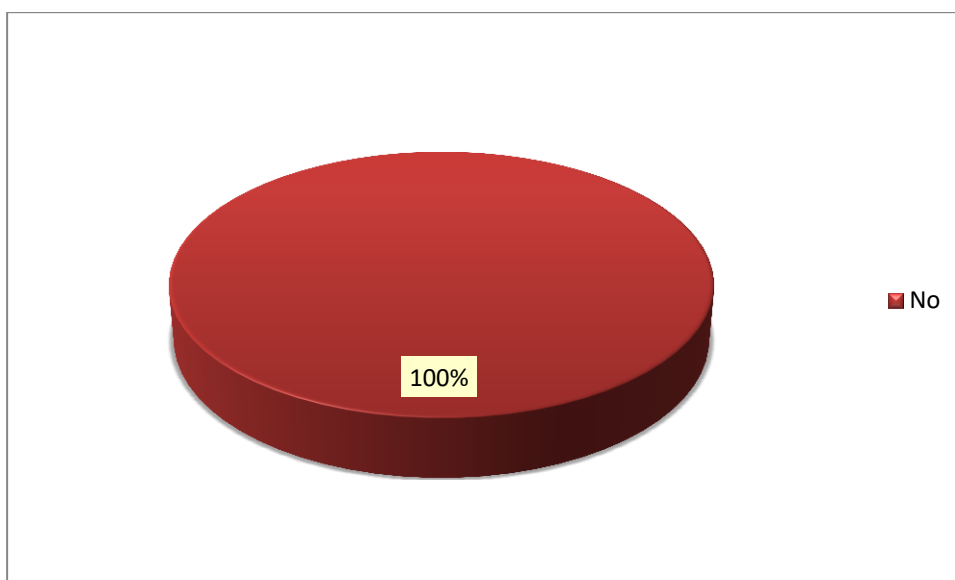
Pregunta 7: ¿Su unidad productora forma parte de alguna asociación que promueva la exportación?

**Tabla 11. Forma parte de alguna asociación que promueva la exportación**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Sí	0	0,00%
No	113	100,00%
Total	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 16. Forma parte de alguna asociación que promueva la exportación**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 7 las respuestas tuvieron una particularidad única, en el cual se representó que la totalidad de productores de corviche del Recinto Cantagallo no forman parte de alguna asociación que promueva la exportación, lo que significa que sus aspiraciones por poner su producción hacia un mercado internacional, se ven distanciadas por la escasa ayuda que han recibido hasta el momento.

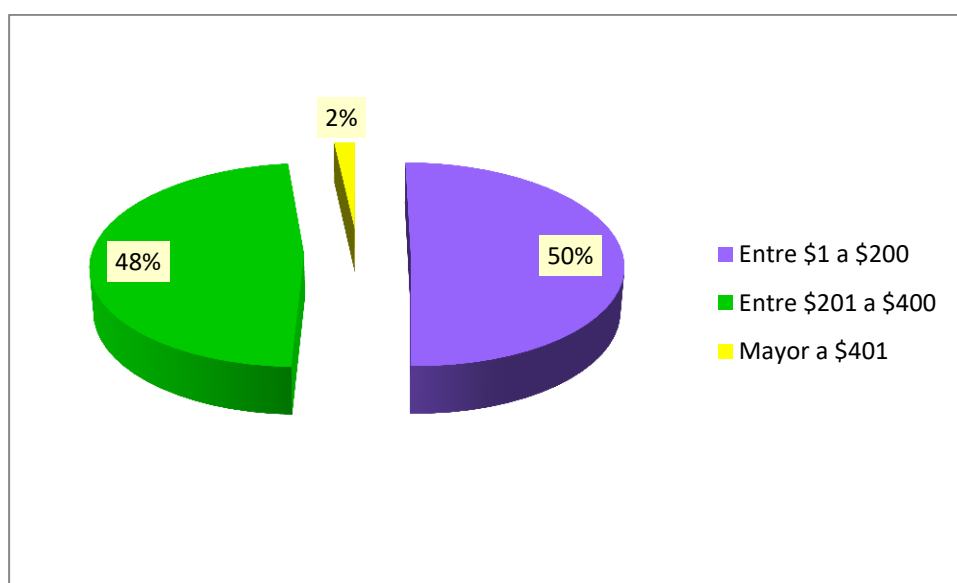
Pregunta 8: ¿Su Remuneración mensual como productor de corviches es?

**Tabla 12. Remuneración mensual como productor de corviches**

Variable	Cantidad	Porcentaje
<b>Entre \$1 a \$200</b>	57	50,44%
<b>Entre \$201 a \$400</b>	54	47,79%
<b>Mayor a \$401</b>	2	1,77%
<b>Total:</b>	<b>113</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 17. Remuneración mensual como productor de corviches**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 8, el 50,44% obtiene una remuneración mensual “entre \$1 a \$200”, el 47,79% “entre \$201 a \$400” y el 1,77% “mayor a \$401”. Lo cual representa que un gran porcentaje de productores de corviche del Recinto Cantagallo, no superan el salario básico con tan solo la venta de su producción y necesitan realizar otro tipo de actividad comercial para obtener una buena sustentación económica tanto propia como para sus familias.

Pregunta 9: ¿Qué aspectos cree usted que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviches?

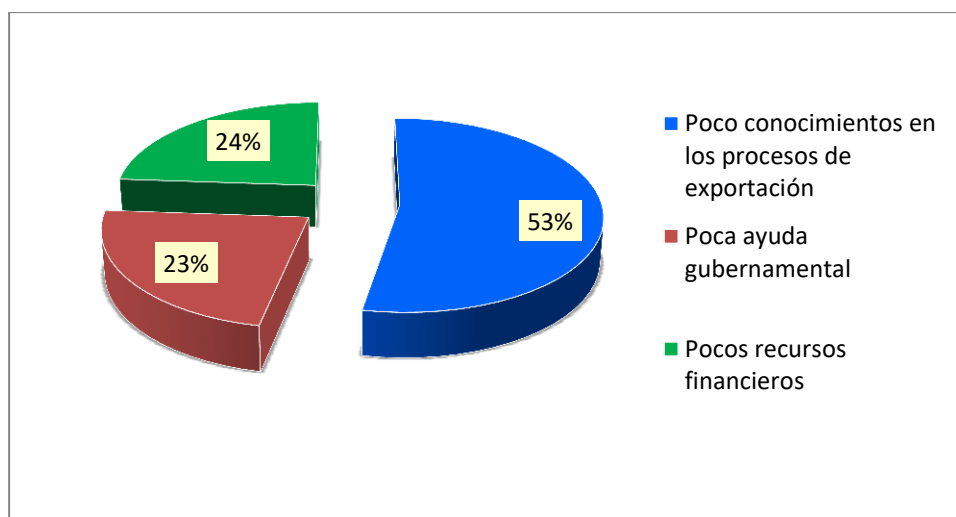
**Tabla 13. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviches**

Variable	Cantidad	Porcentaje
<b>Poco conocimiento en los procesos de exportación</b>	60	53,10%
<b>Poca ayuda gubernamental</b>	26	23,01%
<b>Pocos recursos financieros</b>	27	23,89%
<b>Total:</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 18. Aspectos que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviches**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 9, el 53,10% cree que lo que imposibilita la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviche es el “pocos conocimientos en los procesos de exportación”, el 23,01% opina que “poca ayuda gubernamental” y el 23,89% “pocos recursos financieros”. Lo cual representa que un gran porcentaje de productores de corviche del Recinto Cantagallo necesitan un plan de exportación de su producción que les permita proyectar su producto hacia nuevos mercados internacionales.



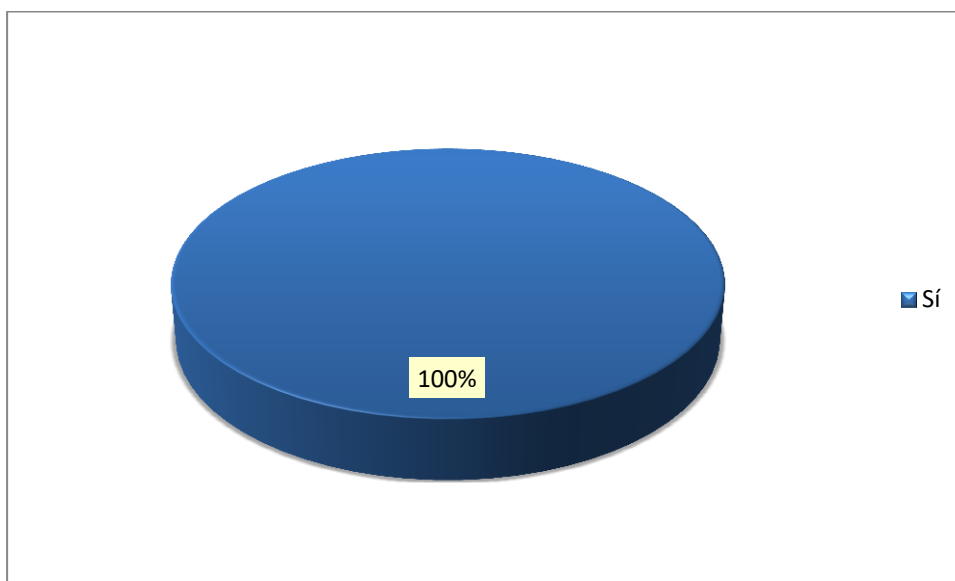
Pregunta 10: ¿Estaría usted de acuerdo en poner en marcha un plan de exportación de corviches y así ser reconocido su producto internacionalmente?

**Tabla 14. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de corviches**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Sí	113	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 19. Aceptación de poner en marcha un plan de exportación de corviches**



*Fuente: Productores de corviches del Recinto Cantagallo  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 10, el 100% de productores de corviches del Recinto Cantagallo están de acuerdo en poner en marcha un plan de exportación de su producción y así ser reconocidos internacionalmente. Lo que demuestra la fiabilidad de la propuesta del presente trabajo investigativo, considerando también que esta herramienta será utilizada para el desarrollo socioeconómico de esta población.

### 3.5.2. Encuesta en el exterior a los ecuatorianos en New York

Se realizó una encuesta a través de Google Drive, posteándola para que sea respondida por medio de la red social Facebook, en el grupo Migrantes Ecuatorianos en U.S.A. de los cuales se obtuvieron cuatrocientas respuestas de los residentes en New York; acerca de los gustos y preferencias de los productos procesados, así también de la aceptación del corviche como snack en su alimentación diaria.

Pregunta 1. Género de encuestados

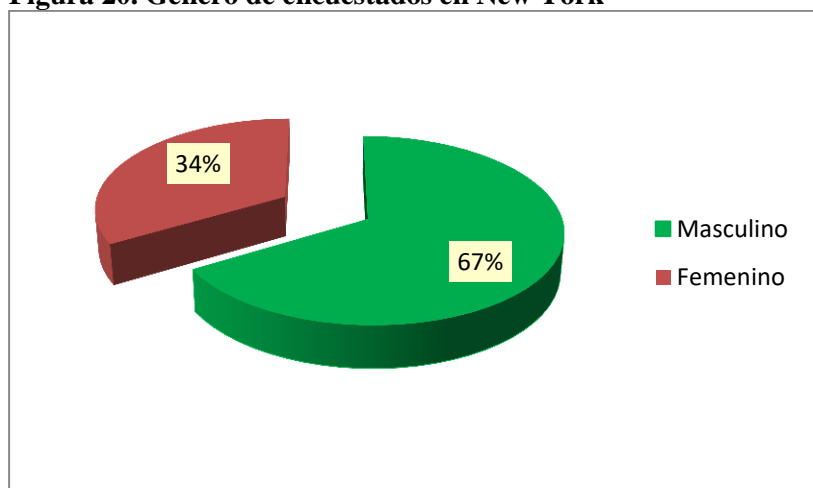
**Tabla 15. Género de encuestados en New York**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Masculino	266	66,50%
Femenino	134	33,50%
Total	400	100%

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 20. Género de encuestados en New York**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

#### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 1, se pudo obtener que el 67% de los encuestados son de género masculino y el 34% participación femenina, esto indica que la mayoría de encuestados pertenece al sexo masculino.

Pregunta 2. Edad de encuestados

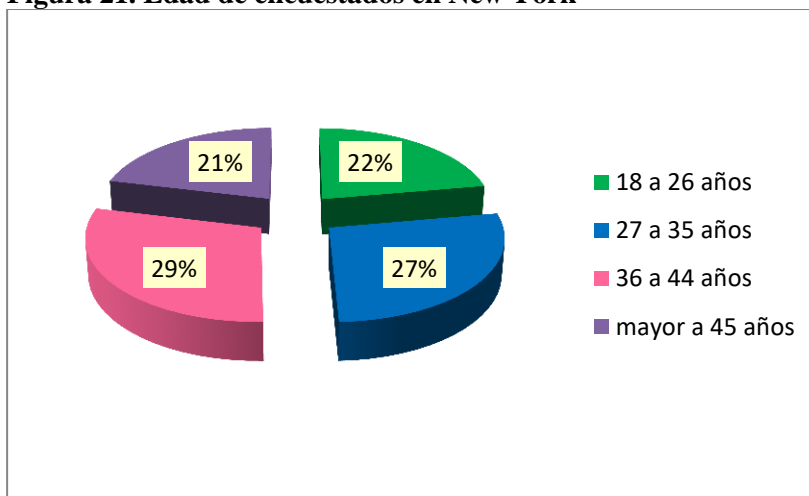
**Tabla 16. Edad de encuestados en New York**

Variable	Cantidad	Porcentaje
18 a 26 años	89	22,25%
27 a 35 años	109	27,25%
36 a 44 años	117	29,25%
Mayor a 45 años	85	21,25%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 21. Edad de encuestados en New York**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, el 22% de encuestados tiene de “18 y 26 años”, el 27% de “27 a 35 años”, el 29% de “36 a 44 años” y el 21% es mayor a 45 años, lo que indica que predominaron las personas de 36 a 44 años.

Pregunta 3. Ciudad de origen de los encuestados

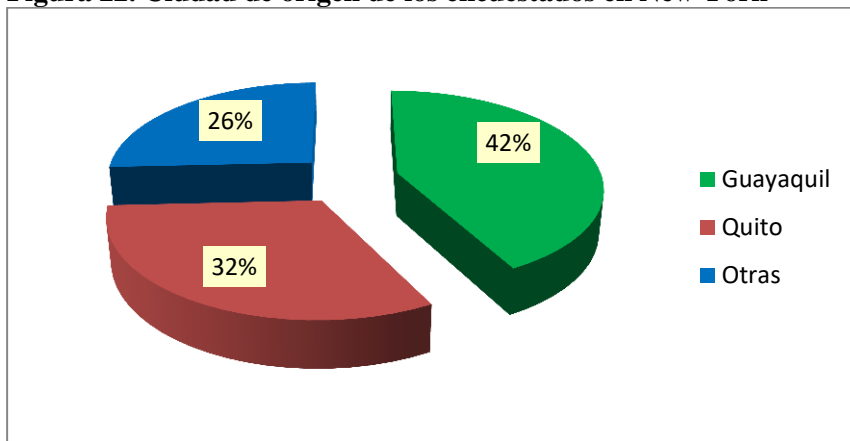
**Tabla 17. Ciudad de origen de los encuestados en New York**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Guayaquil	169	42,25%
Quito	128	32,00%
Otras	103	25,75%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 22. Ciudad de origen de los encuestados en New York**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 3, el 42% de los encuestados son de origen guayaquileña, el 32% es de origen quiteño y el 26% es de otras ciudades. Lo cual representa que las mayores poblaciones de migrantes del país son de la ciudad de Guayaquil.

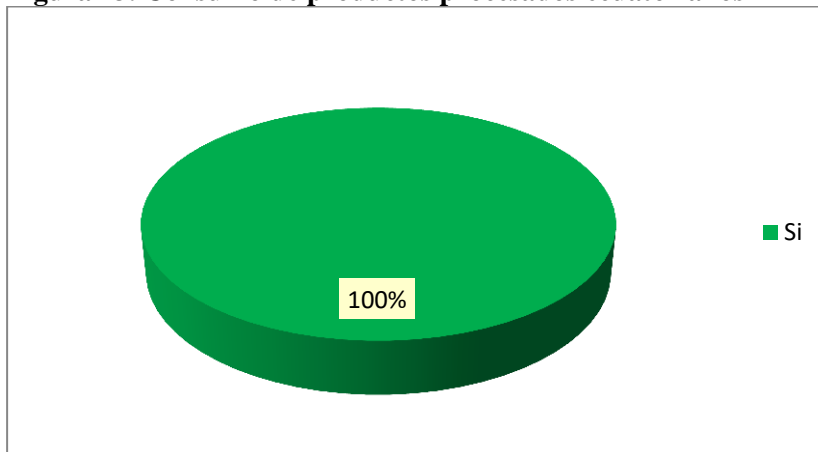
Pregunta 4. ¿Consume productos procesados ecuatorianos?

**Tabla 18. Consumo de productos procesados ecuatorianos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Sí	400	100,00%
No	0	0,00%
Total	400	100%

*Fuente: Ecuatorianos en New York  
Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 23. Consumo de productos procesados ecuatorianos**



*Fuente: Ecuatorianos en New York  
Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, que trata del consumo de productos procesados ecuatorianos, por parte de los participantes, hubo una singularidad ya que el 100% de los migrantes ecuatorianos encuestados en New York respondió que sí los consume. Lo cual representa buenas perspectivas de acogida para el producto que se llegara a ofertar.

Pregunta 5. ¿Razones de compra de un producto ecuatoriano?

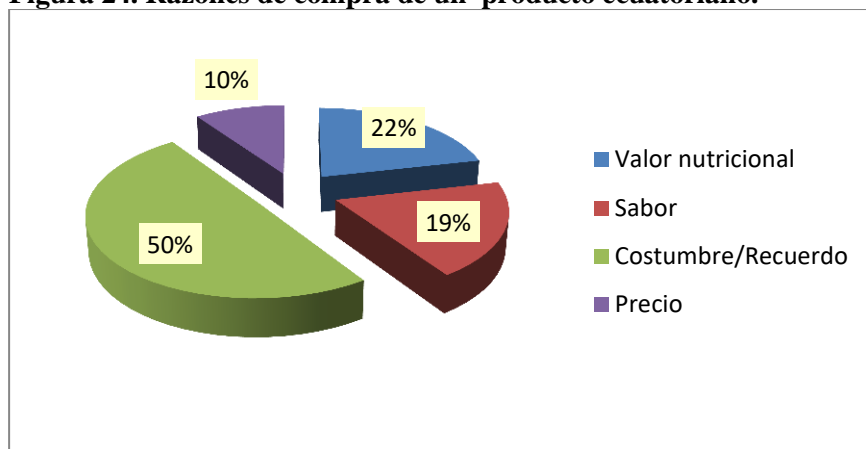
**Tabla 19. Razones de compra de un producto ecuatoriano.**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Valor nutricional	86	21,50%
Sabor	76	19,00%
Costumbre/Recuerdo	199	49,75%
Precio	39	9,75%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 24. Razones de compra de un producto ecuatoriano.**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 5, el 22% de los ecuatorianos en New York compran un producto por su “valor nutricional”, el 19% lo eligen por su “sabor”, el 50% POR “costumbre/recuerdo” y el 10% por el precio. Esto indica que la mayoría de los ecuatorianos prefieren comprar un producto ecuatoriano por el recuerdo y costumbre.

Pregunta 6. ¿Lugar de compra de un producto ecuatoriano?

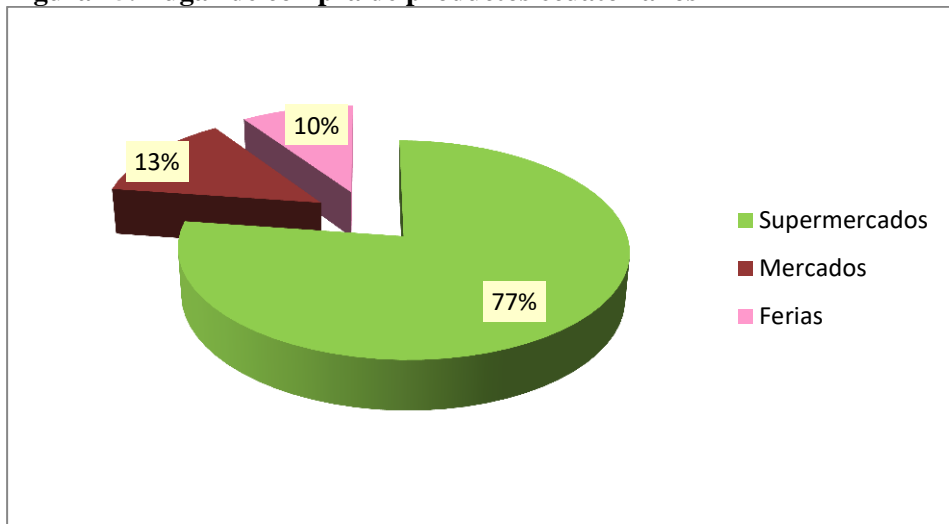
**Tabla 20. Lugar de compra de productos ecuatorianos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Supermercados	309	77,25%
Mercados	53	13,25%
Ferias	38	9,50%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 25. Lugar de compra de productos ecuatorianos**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 6, el 77% respondió que compran productos ecuatoriano “supermercados”, el 13% manifestó que lo adquieren en los “mercados” y por último el 10% afirmó en ferias. Lo cual indica que el producto se ofertará en los supermercados donde existe una mayor demanda del mismo por parte de los migrantes ecuatorianos.

Pregunta 7. ¿Frecuencia de consumo de productos ecuatorianos?

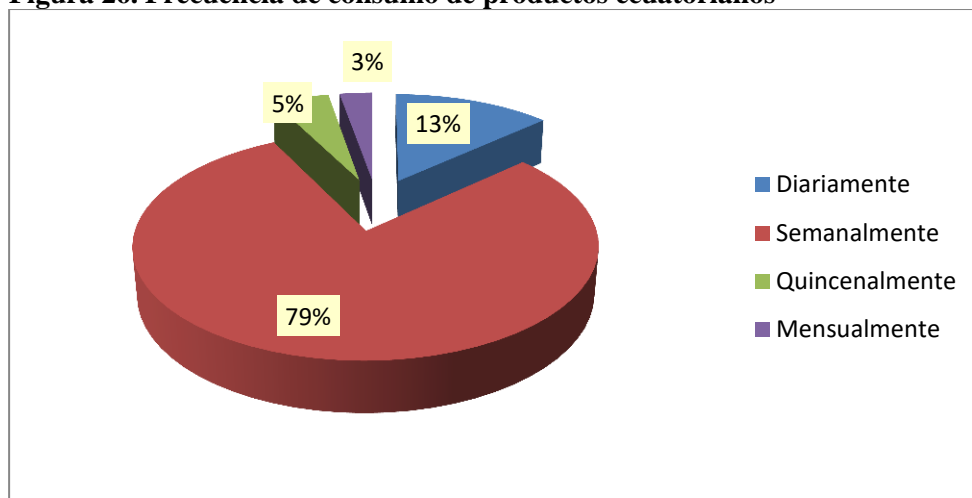
**Tabla 21. Frecuencia de consumo de productos ecuatorianos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Diariamente	53	13,25%
Semanalmente	317	79,25%
Quincenalmente	19	4,75%
Mensualmente	11	2,75%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 26. Frecuencia de consumo de productos ecuatorianos**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 7, el 13% respondió que los consumen diariamente, el 79% afirmó que lo hace semanalmente, mientras que el 5% respondió que lo hace quincenalmente y por último el 3% de los encuestados manifestó que lo hace mensualmente. Con esto queda afirmado que la mayoría de los migrantes ecuatorianos consumen semanalmente productos ecuatorianos.



Pregunta 8. ¿Sabe usted que es el corviche?

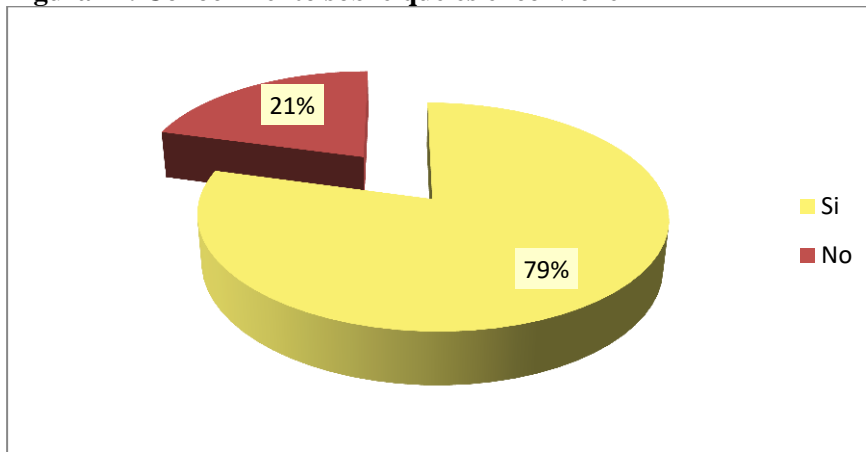
**Tabla 22. Conocimiento sobre que es el corviche**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Sí	317	79,25%
No	83	20,75%
Total	400	100%

*Fuente: Ecuatorianos en New Yor*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 27. Conocimiento sobre que es el corviche**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 8, el 21% respondió que no conoce el corviche en comparación con el 79% que afirmó conocerlo. Esto representa un gran porcentaje de posibles compradores ya que conocen del producto que se estará ofertando en los distintos lugares de venta en New York.

Pregunta 9. ¿Estaría dispuesto a comprar corviches precocidos?

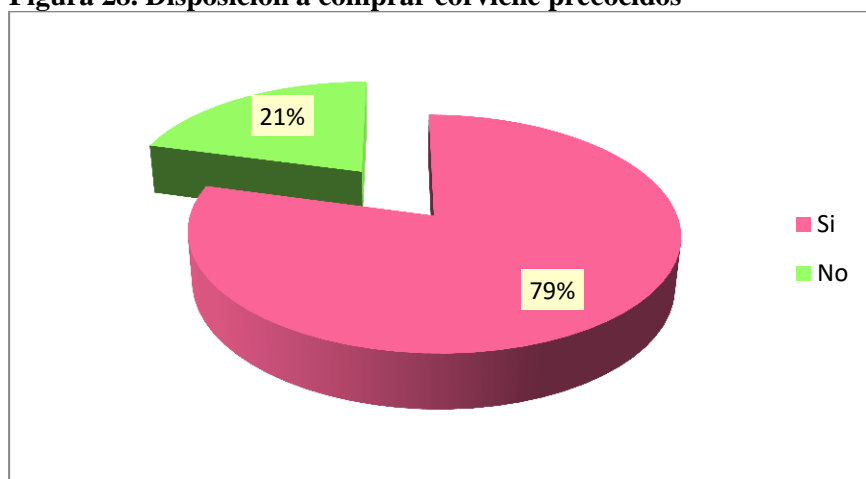
**Tabla 23. Disposición a comprar corviche precocido**

Variable	Cantidad	Porcentaje
Sí	317	79,25%
No	83	20,75%
Total	400	100%

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 28. Disposición a comprar corviche precocidos**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 9, el 21% indicó que no estarían dispuestos a comprarlos, mientras que el 79% añadió que si tendría la disposición de comprar corviches precocidos para sumarlos en su alimentación. Esto representa un gran porcentaje de migrantes ecuatorianos que estarían dispuestos a comprar el producto.

Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 4 corviches precocidos?

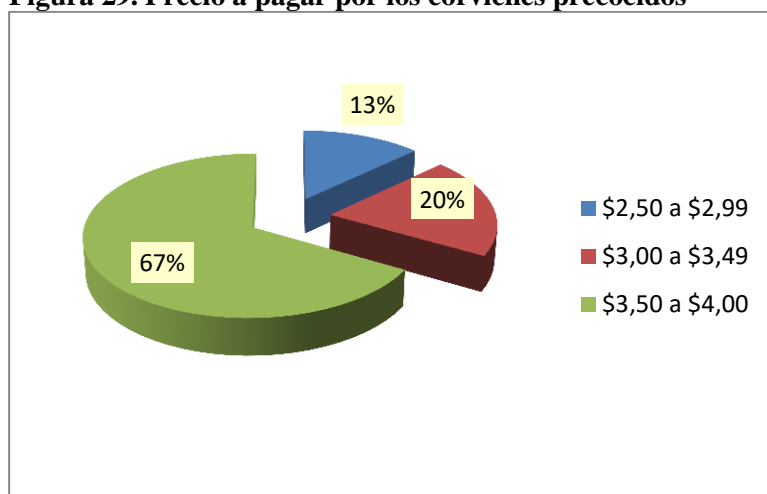
**Tabla 24. Precio a pagar por los corviches precocidos**

Variable	Cantidad	Porcentaje
\$2,50 a \$2,99	52	13,00%
\$3,00 a \$3,49	81	20,25%
\$3,50 a \$4,00	267	66,75%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

**Figura 29. Precio a pagar por los corviches precocidos**



*Fuente: Ecuatorianos en New York*

*Elaborado por: Mero, Karem*

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta N° 10, el 13% respondió que estaría dispuesto a pagar por un corviche de “\$2,50 a \$2,99”, mientras que el 20% indicó que pagaría de \$3,00 a \$3,49 y por último el 67% afirmó que estaría dispuesto a pagar de \$3,50 a \$3,99 por cada paquete de corviches precocidos. Con este análisis se determina que el precio de venta establecido para el producto tiene la aceptación y aprobación de los ecuatorianos.

## **Capítulo IV**

### **Plan de exportación de corviches congelados desde el recinto Cantagallo hacia New York**

#### **4.1. Justificación de la propuesta**

Para el presente trabajo investigativo se planteó diseñar un plan de exportación de corviches congelados para los productores del Recinto Cantagallo. Debido a que mediante la encuesta realizada se pudo evidenciar que desconocen los procesos de exportación y los beneficios que otorga el incursionar en nuevos mercados internacionales, además en la encuesta internacional se pudo evidenciar la acogida que tienen los productos procesados en New York y que los migrantes ecuatorianos si estarían dispuestos a consumir corviches congelados.

Diseñar un plan de exportación es importante porque contribuirá al desarrollo socioeconómico de los productores del Recinto. Se cuenta con un gran volumen de producción que fácilmente se adaptará a la demanda de los migrantes y habitantes de la ciudad de New York en los Estados Unidos.

#### **4.2. Objetivos de la propuesta**

##### **4.2.1. Objetivo general**

- Elaborar un plan de exportación de corviches cumpliendo con la normativa vigente en el país de origen y destino, para asegurar la viabilidad y factibilidad del proceso de internacionalización del producto objeto de la investigación.

##### **4.2.2. Objetivos específicos**

- Analizar el comportamiento de ventas de corviches congelados, con relación a la demanda que requiere el país de destino New York.
- Crear una empresa que promueva la exportación de corviches congelados, generando el crecimiento económico del Recinto.
- Diseñar un plan de exportación de corviches congelados a los productores del Recinto Cantagallo.

### 4.3. Descripción del producto

Figura 30. El corviche



Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

El corviche de pescado es un plato típico consumido diariamente en la costa ecuatoriana, considerando que los habitantes del Recinto Cantagallo, gastronómicamente son los más reconocidos. Su costo, lo hace asequible para el bolsillo de todos los consumidores siendo muy delicioso al paladar. Son hechos a base de plátano verde, pescado, maní molido, cebolla, pimienta, tomate, pimienta, comino, ajo, sal y achiote.

Su preparación puede ser horneado o frito dependiendo del gusto del consumidor.

Figura 31. Información Nutricional

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de porción 400 gr.	
Porciones por Envase 4	
Cantidad por porción	
Energía (Calorías)	1516kJ (370cal)
Energía de Grasa (Cal. Grasa)	37kJ (10 cal)
%Valor Diario *	
Grasa Total	1g 2%
Grasa Saturada	0g 0%
Colesterol	0 mg 0%
Sodio	0 mg 0%
Carbohidratos Totales	81g 27%
Azúcares	0g
Proteína	6g 12%

\*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 8380kJ (2000 calorías)

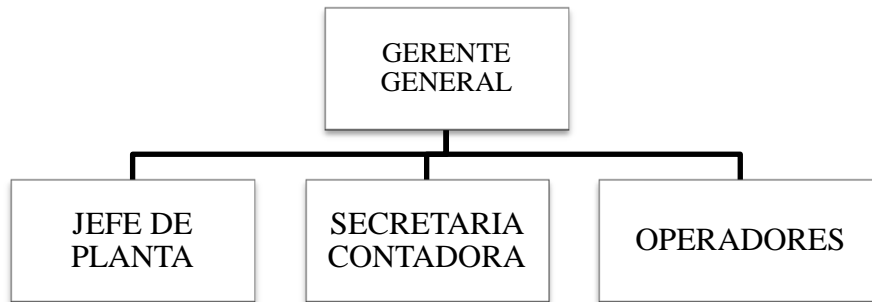
Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

## 4.5. Viabilidad de la propuesta

### 4.5.1. Estructura organizacional

Figura 32. Estructura organizacional



*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

La estructura organizacional, definirá en qué áreas se dividirán y coordinarán de manera correcta las diversas áreas de trabajo, buscando la exportación del corviche congelado hacia el mercado de New York. La empresa tendrá una estructura organizativa vertical, donde los puestos administrativos se encuentran en la cúspide del organigrama, y los poderes de autoridad desde la gerencia general se derivan de manera descendente.

#### **Gerente General**

Representante de la empresa, responsable de la dirección, coordinación, control y evaluación del funcionamiento de la Empresa.

#### **Jefe de Planta**

Se encarga de planificar la producción de la empresa: fabricación, calidad, mantenimiento, logística, compra. Dirige, controla y apoya a la estructura humana y técnica implicada en el proceso de fabricación.

#### **Secretaria- Contadora**

Contabilizar las facturas, filtrar las llamadas, atender a los proveedores, archivar facturas, y asuntos relacionados con la parte administrativa.

## Operadores

Se encargan de la funcionalidad de las máquinas para el proceso de elaboración del producto. Se contará con cuatro operadores.

### 4.5.2. Equipos de producción

Tabla 25. Equipos de producción

Mesa de mezclas de materia prima	 A large industrial stainless steel mixing table with a hopper on top and a central mixing mechanism. An inset image shows a close-up of the mixing blades.
Extrusora de un solo tornillo	 A long industrial extruder machine with a single screw, featuring a hopper, extrusion barrel, and a cutting mechanism at the end.
Cámaras de enfriamiento	 A stainless steel industrial cooling chamber with a glass viewing window and a control panel on the side.
Cortador	 A stainless steel industrial slicer or cutter with a large cutting table and a hand crank.
Horno	 A stainless steel industrial oven with a large front door and a control panel on the right side.

Fuente: [www.Foodextrudermaker.es](http://www.Foodextrudermaker.es)

Elaborado por: Mero, Karem

Para la óptima producción del corviche congelado dentro de las instalaciones de la empresa, se necesita obtener los equipos presentados en la tabla anterior, con el propósito de llegar a los consumidores finales con los mejores estándares de calidad posibles, buscando la satisfacción del cliente.

### **4.5.3. Marketing mix**

#### **4.5.3.1. Producto**

**Figura 33. Presentación del corviche congelado**



*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

El producto es conocido como la herramienta esencial de la empresa por el cual es cada vez más competitiva en el mercado nacional e internacional, ya que buscan obtener una mejor calidad, entendiendo que este elemento comprende la capacidad y funcionalidad que cumple para el consumidor. El producto del presente trabajo investigativo es el corviche congelado, que se compone de varios atributos o características con el cual la organización identifica sus productos como elaborados en Ecuador; específicamente en el Recinto Cantagallo, la fecha de caducidad del corviche es de aproximadamente un mes y medio

#### **4.5.3.2. Plaza**

Las empresas productoras son las que pueden establecer sus canales de distribución para proporcionar productos a sus clientes, y lo pueden hacer de dos formas, la utilización de canales directos y canales indirectos; los primeros hacen referencia al consumo o adquisición inmediata Empresa-Consumidor en New York, en cuanto que los segundos constituyen una



cadena de intermediarios. Para el presente trabajo de investigación se exportará el contenedor hacia una empresa distribuidora de alimento en New York llamada Family Food.

**Tabla 26. Aspectos generales de New York.**

Población Total	8.491.079 habitantes
Población Hispana	2.124.642 habitantes
Población Ecuatoriana	400.000 habitantes
Superficie	1214 km <sub>2</sub>
Idioma oficial	Inglés
Gentilicio	Neoyorquino

*Fuente: pewresearch.*

*Elaborado por: Mero, Karem*

New York es la ciudad más poblada de los Estados Unidos de América, y la segunda con mayor concentración urbana del continente americano, después de la Ciudad de México, además de tener una amplia población ecuatoriana; por lo que es un candidato ejemplar para exportar el corviche congelado.

#### **4.5.4.3. Precio**

Para el presente proyecto la fijación de precio fue establecida en los costos de producción de cada corviche congelado, al cual se le estipula un porcentaje de utilidad que la empresa desea obtener, ya que de esta manera se asigna el precio de venta al público al consumidor final, tomando en cuenta la cantidad actual pagada por los clientes en el mercado internacional; el cual será de \$2,44 la funda de 4 unidades, incluido el margen de utilidad de 46%.

#### **4.5.4.4. Promoción**

El corviche congelado se va a promocionar por medio de una página web donde se expondrá los métodos de producción y los estándares de calidad que se cumple para obtener el producto final. También se contará con diferentes redes sociales como lo son: Facebook, Twitter e Instagram; con un monitoreo y actualización continua para obtener mayores visitas y poder ganar un mayor posicionamiento en internet.

Otra forma de promocionar el corviche congelado es en la feria “Expo Ecuador en New York” que se realiza todos los años en el mes de agosto su fin es mantener vivas las tradiciones del País ante las demás comunidades, además se cuenta con el apoyo de Proecuador, FDA y Aduanas de EEUU.

## **4.5.5. Análisis FODA**

### ***4.4.5.1. Fortalezas***

- F1: Administración en función a precios competitivos
- F2: Bajos costos de producción
- F3: Es un producto nuevo en el mercado
- F4: Mercado en constante crecimiento

### ***4.4.5.2. Oportunidades***

- O1: Presentar el producto en diferentes convenciones y ferias internacionales
- O2: Aprovechar las oportunidades que no abarca la competencia
- O3: Disponer de gran variedad de posibles consumidores
- O4: El Ecuador tiene 0% en arancel de exportación

### ***4.4.5.3. Amenazas***

- A1: Aumento del costo de la materia prima
- A2: Nuevos competidores en el mercado
- A3: Buenas promociones por parte de los competidores
- A4: Preferencia del importador por productos de menor precio

### ***4.4.5.4. Debilidades***

- D1: Presupuesto limitado para poner en marcha el proyecto
- D2: Productos sustitutos en el mercado de destino
- D3: Estructura organizacional limitada
- D4: Competencia internacional con más años de experiencia

#### 4.5.5.1. Estrategias FODA

Tabla 27. Estrategias FODA

<p style="text-align: center;"><b>Factores Internos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores Externos</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <p>F1: Administración en función a precios competitivos          F2: Bajos costos de producción          F3: Es un producto nuevo en el mercado          F4: Mercado en constante crecimiento</p>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <p>D1: Presupuesto limitado para poner en marcha el proyecto          D2: Productos sustitutos en el mercado de destino          D3: Estructura organizacional limitada          D4: Competencia internacional con más años de experiencia</p>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <p>O1: Presentar el producto en diferentes convenciones y ferias internacionales          O2: Aprovechar las oportunidades que no abarca la competencia          O3: Disponer de gran variedad de posibles consumidores          O4: El Ecuador tiene 0% en arancel de exportación</p>	<p style="text-align: center;"><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar el producto en diferentes convenciones y ferias internacionales, exponiendo precios competitivos.</li> <li>• Retroalimentación para el mejoramiento de nuestros costos de producción, para ofrecer mejores precios que la competencia.</li> <li>• Personal capacitado en los diferentes cargos de la organización para ampliar nuestra lista de compradores.</li> <li>• Aprovechar el tener 0% de arancel de exportación, para acceder a nuevos mercados de manera constante.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar el producto a diferentes convenciones y ferias internacionales, para encontrar inversionistas para la expansión del proyecto.</li> <li>• Mejorar el producto, superando la calidad que ofrecen los actuales productos sustitutos.</li> <li>• Aumentar la estructura organizacional, según vaya aumentando nuestra cartera de clientes.</li> <li>• Aprovechar el tener 0% de arancel de exportación, para ofrecer mejores precios y no vernos amenazados ante la competencia internacional.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <p>A1: Aumento del costo de la materia prima          A2: Nuevos competidores en el mercado          A3: Buenas promociones por parte de los competidores          A4: Preferencia del importador por productos de menor precio</p>	<p style="text-align: center;"><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizaran las negociaciones de materia prima con cautela, para conseguir buenas ofertas y no se vean afectados nuestros precios competitivos.</li> <li>• Aprovechar nuestros bajos costos de producción, para hacer frente a los nuevos competidores en el mercado.</li> <li>• Capacitar equipo para que busque nuevas promociones competitivas, con la finalidad de frenar a la competencia internacional.</li> <li>• Aumentar el mercado internacional de manera continua, cuidando el costo de nuestro producto, para que se mantenga la preferencia.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se examinara la mejor oferta de materia prima existente, para poderse ajustarse al presupuesto establecido.</li> <li>• Se demostrará una buena presentación de nuestro producto para estar a la vanguardia de los productos sustitutos.</li> <li>• Contrataremos personal capacitado en el área de ventas, para que elabore mejores estrategias que las de la competencia.</li> <li>• Brindar un producto de alta calidad para frenar a la competencia internacional con productos de menor costo.</li> </ul>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

#### 4.5.6. Análisis de las fuerzas de PORTER

Figura 34. Fuerzas de Porter



Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

##### ***4.4.6.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores***

A través del estudio realizado, se pudo establecer que el sector empresarial donde competirá la empresa, tiene pocas barreras para la creación de nuevos emprendimientos, es decir que la influencia competitiva es de carácter fuerte ya que la exportación de corviches congelados es una actividad nueva para los habitantes del Recinto Cantagallo.

##### ***4.4.6.2. La rivalidad entre los competidores existentes***

En este aspecto la influencia es de carácter bajo, ya que la organización que busca la exportación de los corviches congelados en el Recinto Cantagallo; en relación al mercado ya establecido, en su gran mayoría solo se dedica a vender el producto a nivel local.

Por ser un producto nuevo, no existen competidores que exporten un producto igual solo productos congelados diferentes como Facundo y Naturísimo que exportan congelados típicos ya sea pan de yuca, muchines o empanadas de verde.

#### ***4.4.6.3. Poder de negociación de los proveedores***

La influencia de carácter medio con respecto a la negociación con los proveedores, ya que en el mercado manabita existen varias ofertas para el aprovisionamiento de la materia prima. Los proveedores logran un poder de negociación por la capacidad económica y financiera de los distribuidores.

#### ***4.4.6.4. Poder de negociación de los compradores***

La influencia es de carácter fuerte, debido a que los importadores neoyorquinos de productos procesados siempre buscan productos de excelente calidad para comenzarlos a comercializar en su ciudad. Los compradores tienen la factibilidad de adquirir este tipo de producto con varios proveedores en todo el mundo debido a la cartera de clientes que manejan en su economía industrializada.

Para mejorar la confianza del cliente se estableció un modelo de pagos en el cual se realizara 50% al contado y 50% a un mes plazo.

#### ***4.4.6.5 Amenaza de ingreso de productos y/o servicios sustitutos***

En caso de los productos sustitutos, la empresa posee una influencia media, debido a que cualquier organización que realice productos procesados de cualquier tipo, puede exportar corviches congelados. Desde este punto de vista, se debe hacer frente a la posibilidad de amenazas que puedan afectar a la organización, para lo cual se debe otorgar un elemento que caracterice a nuestro corviche congelado.

## 4.5.7. Aspectos sobre el proceso de exportación

### 4.5.7.1. Requisitos para exportar ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

Para poder exportar el corviche congelado desde el Recinto Cantagallo es necesario presentar los siguientes documentos ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA E:

**Tabla 28. Documentos a presentar**

RUC de exportador.	Se consigue en el Servicio de Rentas Internas
Factura comercial original.	Se pueden obtener una vez obtenido el ruc del exportador
Autorizaciones previas (FDA)	Revisar punto 4.4.7.2.
Registro como exportador	Se debe registrar en la página web del SENA E
Documento de Transporte	Se obtiene en la Agencia Naviera que enviara los corviches congelados hacia New York.

*Fuente: Servicio nacional de Aduana del Ecuador*

*Elaborado por: Mero, Karem*

Una vez presentado los documentos, el proceso para exportar el corviche congelado es el siguiente:

### Figura 35. Proceso para exportar

#### Proceso de Exportación

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

#### Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)
- Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

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

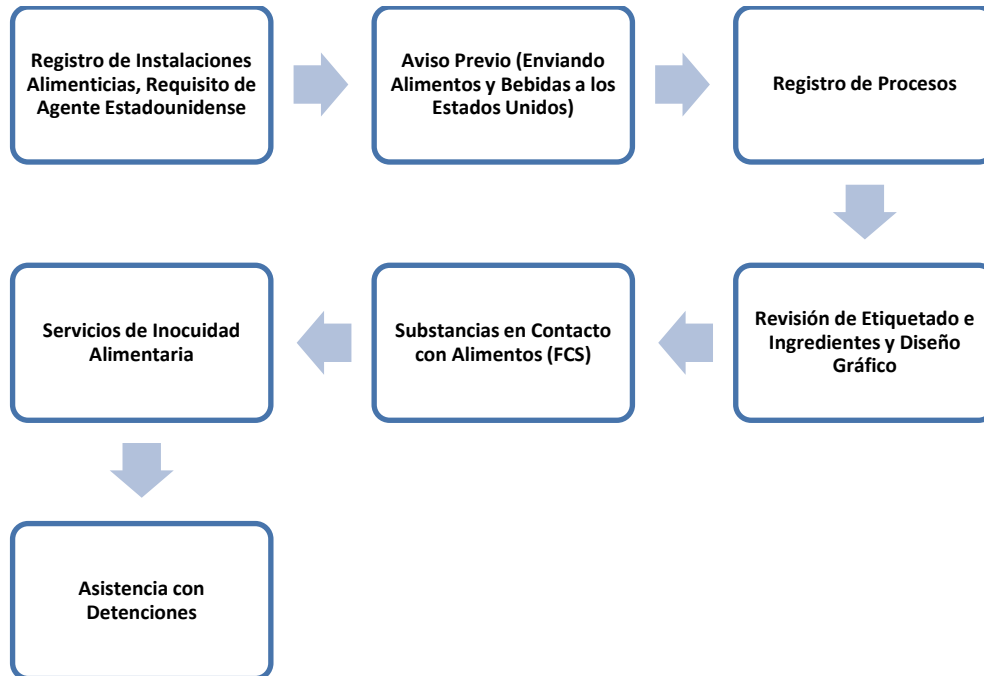
- Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.
- En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.
- En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

*Fuente: Servicio nacional de Aduana del Ecuador*

*Elaborado por: Mero, Karem*

#### 4.5.7.2. Requisitos para ingresar al mercado neoyorquino “FDA”

Figura 36. Requerimientos de los Estados Unidos. FDA Alimentos y Bebidas



Fuente: Food and Drug Administration  
Elaborado por: Mero, Karem

Para ingresar el corviche congelado hacia el mercado de New York hay que registrarse en la página web (<http://www.registrarcorp.com/>) en el cual se pedirá cumplir con los requerimientos antes mencionados. Generando así un código que nos permitirá el ingreso de este alimento procesado hacia el mercado de destino.

#### 4.5.7.3. Término de negociación (Incoterms)

El término de negociación que se utilizará en el contrato de compra-venta internacional para la exportación del corviche congelado será FOB, pero si el cliente prefiere otro término de negociación como CFR o CIF se analizara la propuesta.

#### 4.5.7.4. Forma de pago

La forma de pago será a través de carta de crédito irrevocable una vez la mercancía haya llegado al puerto de destino en New York convenido. Se utilizó esta opción porque es la más recomendable para un exportador que recién inicia sus actividades, ya que existe una entidad bancaria mediadora, que garantiza el pago de los corviches congelados, exportados por la organización.

En el caso de haber inconsistencia con el pago de la carta de crédito irrevocable la empresa cuenta con un fondo propio de \$25.000.

**Tabla 29. Presupuesto de exportación**

PRESUPUESTO DE EXPORTACIÓN	
FOB Total	\$ 15.172,00
Contenedores por año	12
Presupuesto	\$ 182.064,00

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

Se requiere un presupuesto anual para exportación de \$182.064

#### 4.5.7.5. Cadena Logística

**Tabla 30. Contenedor Dry de 40 pies**

40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"			Descripción
Tara	3750 kg / 8265 lb		Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.
Carga Max.	28750 kg / 63385 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	12032 mm / 39'6"	-	
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2393 mm / 7'10"	2280 mm / 7'6"	
Capacidad Cub.	67,7 m3 / 2390 ft3		



Fuente: [www.affari.com](http://www.affari.com)

Elaborado por: Mero, Karem



- Transporte: En caso de que el cliente desee cotizar en CFR el transporte se realizara en la Línea Naviera “Maersk Lines” en un contenedor Dry de 40 pies, desde el puerto de Manta hasta New York. Teniendo un costo de \$1685 y periodo aproximada de llegada de 12 a 15 días.
- Envase: Plástico con cerrado hermético 400gr que contiene 4 corviches.
- Empaque: Caja de cartón corrugado de 50x40x40, cada caja contiene 20 fundas de corviches.
- Embalaje: 20 Pallets de 120x100x15cm conteniendo 24 cajas con 4 niveles de apilamiento.

**Tabla 31. Gastos de exportación**

<b>GASTOS DE EXPORTACIÓN</b>	
Verificación	\$ 100,00
Certificaciones	\$ 140,00
Gastos de Carga	\$ 1.685,00
Transporte interno	\$ 150,00
Gastos de despacho de aduana de exportación	\$ 250,00
Tarifa T-3 (Marítimo)	\$ 40,00
Almacenaje en terminal marítimo origen	\$ 45,00
THC	\$ 40,00
Gastos de emisión B/L	\$ 50,00
FOB	\$ 2.500,00

*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

El total de los gastos de exportación en término FOB es de \$2.500 el cual incluye verificaciones, certificaciones, gastos de carga (contenedor, manipulación, entre otros), transporte interno (Cantagallo – Puerto. de Manta), despacho de aduana, tasa portuaria, almacenaje, THC y emisión de B/L.

#### 4.5.7.6. Clasificación arancelaria

La clasificación arancelaria del corviche congelado es el siguiente:

Tabla 32. Clasificación arancelaria del corviche congelado

Sección IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida Sistema Armonizado 2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte
SubPartida Sistema Armonizado 200899	- - Los demás:
SubPartida Regional 2008.9990	- - - Los demás

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

La clasificación arancelaria del corviche congelado en EEUU es la siguiente:

Tabla 33. Clasificación arancelaria en EEUU

Country	CLAN	Product	MFN duties(Applied)
Ecuador	20089990	- Fruit nesi, and other edible parts of plants nesi, other than pulp and excluding mixtures, otherwise prepared or preserved, nesi	6%

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

La clasificación arancelaria es la siguiente 2008.9990 tomando como referencia la subpartida de las empanadas de verde congeladas porque son productos similares. El precio asignado de la competencia es de \$4,50 por lo tanto el distribuidor deberá asignarle un precio similar a los corviches congelados.

## 4.6. Factibilidad de la propuesta

### 4.6.1. Inversión inicial

Tabla 34 . Inversión en activos fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
<b>MAQUINARIAS</b>						
1	Mesa de mezclas	900,00	900,00	10	10%	90,00
1	Extrusora de un solo tornillo	12.000,00	12.000,00	10	10%	1.200,00
1	Cámaras de enfriamiento	1.500,00	1.500,00	10	10%	150,00
1	Cortador	1.000,00	1.000,00	10	10%	100,00
1	Horno	1.200,00	1.200,00	10	10%	120,00
<b>INFRAESTRUCTURA</b>						
1	Camiones	18.000,00	18.000,00	5	20%	3.600,00
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>						
3	Escritorio	150,00	450,00	5	20%	90,00
3	sillas de oficina	40,00	120,00	5	20%	24,00
1	Archivador aéreo	120,00	120,00	5	20%	24,00
2	sillas de espera	35,00	70,00	5	20%	14,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>						
1	Aire acondicionado	600,00	600,00	10	10%	60,00
3	Teléfono	30,00	90,00	10	10%	9,00
			-		0%	-
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>						
3	Computador	500,00	1.500,00	3	33%	500,00
1	Impresora	150,00	150,00	3	33%	50,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 37.700,00</b>			<b>\$ 6.031,00</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

La inversión en activos fijos, el cual abarca a las maquinarias, infraestructura, muebles de oficina, equipos de oficina y computación será de \$37.700,00.

Tabla 35. Inversión diferida

INVERSIÓN DIFERIDA			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
<b>SEGUROS</b>			
Seguro de vehículo	1000,00	1	1000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.000,00</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

La inversión diferida en el cual incluye seguro de transporte será de \$1000,00.

**Tabla 36. Inversión en capital de trabajo**

Meses a empezar	Inversión en Capital de Trabajo		
1	Valor Anual Costos Fijos	6.525,00	6.525,00
1	Valor Anual Costos Variables	12.146,40	12.146,40
<b>CAPITAL DE TRABAJO TOTAL</b>			<b>\$ 18.671,40</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

La inversión en capital de trabajo será de \$18.671,40 en el cual fue el resultado de la suma de nuestros costos fijos más los costos variables.

**Tabla 37. Total de la inversión inicial**

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	37.700,00
Inversión en Capital de Trabajo	18.671,40
Inversion Diferida	1.000,00
<b>Total Inversion Inicial</b>	<b>57.371,40</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

La inversión inicial total será de \$57.371,40 el cual resulta de la suma de la Inversión en activos fijos, diferida y capital de trabajo.

#### 4.6.2. Costos de producción

**Tabla 38. Costo por funda de corviche congelado**

COSTO UNITARIO			
COMPONENTES	Envase de 400g		
	Costo Unitario	Cantidad	Total
MATERIA PRIMA	0,988333333	1	\$ 0,99
MANO DE OBRA	0,200	1	\$ 0,20
COSTOS INDIRECTOS DE FÁBRICA	0,13	1	\$ 0,13
<b>COSTO UNITARIO TOTAL</b>			<b>\$ 1,32</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

El costo de fabricación de la funda de 400g de corviche congelado es de \$1.32 c/u, donde para llegar a este resultado se sumaron los siguientes componentes: materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

#### 4.6.2.1 Costos por contenedor en FOB

**Tabla 39. Costeo por contenedor**

COSTEO DE CONTENEDOR	
Costo Unitario	1,32
Unidad funda x caja	20
Total	\$ 26,40
Pallet de 24 cajas	24
Total por pallet	\$ 633,60
Pallets en contenedor	20
Total Contenedor	\$ 12.672,00
Gastos de exportación	2500
FOB	\$ 15.172,00

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

El costo de elaborar una funda de corviche es \$1,32. Para la exportación se utilizará un contenedor de 40', conteniendo 20 pallet con 24 cajas en cada uno y cada caja con 20 fundas. El precio del mismo sin incurrir gastos de exportación es \$12.672 y \$15.172 en término FOB.

#### 4.6.3. Costos totales

**Tabla 40. Costos totales**

Costos Variables / Años						
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio Mensual Año 1
Producto envase de 400g	145.756,77	159.724,35	178.332,87	202.796,58	234.809,23	12.146,40
<b>Total Costos Variables</b>	<b>145.756,77</b>	<b>159.724,35</b>	<b>178.332,87</b>	<b>202.796,58</b>	<b>234.809,23</b>	<b>12.146,40</b>

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio Mensual Primer Año
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADM	37.837,90	39.729,80	41.716,28	43.802,10	45.992,20	3.153,16
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS PROD	23.254,18	24.416,88	25.637,73	26.919,62	28.265,60	1.937,85
GASTO EN SERVICIOS BASICOS	5.700,00	5.892,66	6.091,83	6.297,74	6.510,60	475,00
Otros gastos	38.900,00	40.214,82	41.574,08	42.979,28	44.431,98	3.241,67
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>105.692,08</b>	<b>110.254,16</b>	<b>115.019,93</b>	<b>119.998,74</b>	<b>125.200,38</b>	<b>2.201,92</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

Los costos totales están presentados en la tabla anterior proyectados a cinco años de funcionamiento, los cuales resultan de la suma de los costos fijos más los costos variables.

#### 4.6.4. Financiamiento

**Tabla 41. Financiamiento**

<b>Financiamiento de la Inversión Inicial:</b>		<b>\$ 57.371,40</b>
Recursos Propios	\$ 22.948,56	<b>40%</b>
Recursos de Terceros (CFN)	\$ 34.422,84	<b>60%</b>
		<b>100%</b>

*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

El financiamiento de los \$57.371,40 de inversión inicial, la organización concederá un 40%; y el 60% que representa \$34.422,84 se buscará un financiamiento de la Corporación Financiera Nacional (CFN) a un interés del 9,32%, que se pagará a cinco años de manera semestral.

**Tabla 42. Pago del financiamiento**

<b>Pago de la Deuda Anual</b>					
<b>Años</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Amortización	\$ 5.690,58	\$ 6.233,30	\$ 6.827,78	\$ 7.478,95	\$ 8.192,23
Pago por Intereses	\$ 3.078,64	\$ 2.535,92	\$ 1.941,44	\$ 1.290,26	\$ 576,98
<b>Pago de Deuda</b>	<b>\$ 8.769,22</b>	<b>\$ 8.769,22</b>	<b>\$ 8.769,22</b>	<b>\$ 8.769,22</b>	<b>\$ 8.769,22</b>

*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

En la tabla anterior se puede evidenciar los dividendos a pagar, en el cual se puede visualizar el pago del interés y la amortización durante los próximos cinco años de funcionamiento de la organización.

## 4.6.5. Balance general

Tabla 43. Balance general

Balance General						
	Año 0	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Activos</b>						
Caja/Bancos	18.671,40	17.126,61	29.999,56	55.904,59	98.162,29	162.711,94
Cuentas por cobrar		11.246,66	12.324,41	13.975,88	16.142,14	18.983,16
Inventarios		9.215,00	9.767,90	10.549,33	11.604,27	12.996,78
<b>Activo Corriente</b>	<b>18.671,40</b>	<b>37.588,28</b>	<b>52.091,87</b>	<b>80.429,80</b>	<b>125.908,70</b>	<b>194.691,88</b>
Activos Fijos	37.700,00	37.700,00	37.700,00	37.700,00	37.700,00	37.700,00
Dep Acumulada	0	6.031,00	12.062,00	18.093,00	23.574,00	29.055,00
<b>Activos Fijos Netos</b>	<b>37.700,00</b>	<b>31.669,00</b>	<b>25.638,00</b>	<b>19.607,00</b>	<b>14.126,00</b>	<b>8.645,00</b>
<b>Gastos preoperacionales</b>	<b>1000,00</b>	<b>1000,00</b>	<b>1000,00</b>	<b>1000,00</b>	<b>1000,00</b>	<b>1000,00</b>
Amortización acumulada		200,00	400,00	600,00	800,00	1000,00
<b>activos diferidos</b>		<b>800,00</b>	<b>600,00</b>	<b>400,00</b>	<b>200,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total de Activos</b>	<b>57.371,40</b>	<b>70.057,28</b>	<b>78.329,87</b>	<b>100.436,80</b>	<b>140.234,70</b>	<b>203.336,88</b>
<b>Pasivos</b>						
Ctas por Pagar	0,00	9.215,00	9.767,90	10.549,33	11.604,27	12.996,78
Impuestos por Pagar	0,00	3.087,41	5.742,62	11.422,92	19.426,31	30.103,61
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>0,00</b>	<b>12.302,41</b>	<b>15.510,52</b>	<b>21.972,25</b>	<b>31.030,57</b>	<b>43.100,38</b>
Deuda LP	34.422,84	28.732,26	22.498,96	15.671,19	8.192,23	0,00
<b>Total de Pasivos</b>	<b>34.422,84</b>	<b>41.034,67</b>	<b>38.009,48</b>	<b>37.643,43</b>	<b>39.222,81</b>	<b>43.100,38</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	22.948,56	22.948,56	22.948,56	22.948,56	22.948,56	22.948,56
Utilidad del Ejercicio	0	6.074,05	11.297,79	22.472,98	38.218,52	59.224,60
Utilidades Retenidas	0	0,00	6.074,05	17.371,83	39.844,81	78.063,33
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>22.948,56</b>	<b>29.022,61</b>	<b>40.320,39</b>	<b>62.793,37</b>	<b>101.011,89</b>	<b>160.236,50</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>57.371,40</b>	<b>70.057,28</b>	<b>78.329,87</b>	<b>100.436,80</b>	<b>140.234,70</b>	<b>203.336,88</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

Se puede evidenciar en la tabla anterior el Balance general de la organización proyectado a 5 años, en el cual están proyectados el total de activos, pasivos y patrimonio.

## 4.6.6. Estado de resultado

Tabla 44. Estado de resultado

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos por ventas	269.919,94	295.785,83	335.421,13	387.411,40	455.595,81
Costo de ventas	145.756,77	159.724,35	178.332,87	202.796,58	234.809,23
<b>(=)Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>124.163,17</b>	<b>136.061,48</b>	<b>157.088,26</b>	<b>184.614,83</b>	<b>220.786,58</b>
Gastos Sueldos y Salarios adm y producción	61.092,08	64.146,68	67.354,01	70.721,71	74.257,80
Gastos Servicios Basicos	5.700,00	5.892,66	6.091,83	6.297,74	6.510,60
Gastos Varios	38.900,00	40.214,82	41.574,08	42.979,28	44.431,98
Gastos de Depreciación	6.031,00	6.031,00	6.031,00	5.481,00	5.481,00
Gastos de Amortización	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>(=)Utilidad Operativa</b>	<b>12.240,10</b>	<b>19.576,32</b>	<b>35.837,33</b>	<b>58.935,09</b>	<b>89.905,19</b>
Gastos Financieros	3.078,64	2.535,92	1.941,44	1.290,26	576,98
<b>(=)Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)</b>	<b>9.161,46</b>	<b>17.040,40</b>	<b>33.895,89</b>	<b>57.644,83</b>	<b>89.328,21</b>
Repartición Trabajadores	1.374,22	2.556,06	5.084,38	8.646,72	13.399,23
Utilidad antes Imptos Renta	7.787,24	14.484,34	28.811,51	48.998,11	75.928,98
Impuesto a la Renta	1.713,19	3.186,56	6.338,53	10.779,58	16.704,38
<b>(=)Utilidad Disponible</b>	<b>6.074,05</b>	<b>11.297,79</b>	<b>22.472,98</b>	<b>38.218,52</b>	<b>59.224,60</b>

Fuente: Mero, Karem

Elaborado por: Mero, Karem

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

#### 4.6.7. Flujo de caja

**Tabla 45. Cash Flow – Flujo de efectivo**

<b>Flujo de Efectivo</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Utilidad antes Imptos Renta	9.161,46	17.040,40	33.895,89	57.644,83	89.328,21
(+) Gastos de Depreciación	6.031,00	6.031,00	6.031,00	5.481,00	5.481,00
(+) Gastos de amortización	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
(-) Inversiones en Activos	0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de Deuda	5.690,58	6.233,30	6.827,78	7.478,95	8.192,23
(-) Pagos de Impuestos	0,00	3.087,41	5.742,62	11.422,92	19.426,31
Variación Cuentas por Cobrar	11.246,66	1.077,75	1.651,47	2.166,26	2.841,02
<b>Flujo Anual</b>	<b>-1.544,78</b>	<b>12.872,95</b>	<b>25.905,03</b>	<b>42.257,70</b>	<b>64.549,65</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-1.544,78</b>	<b>11.328,16</b>	<b>37.233,19</b>	<b>79.490,89</b>	<b>144.040,55</b>
<b>Pay Back del flujo</b>	<b>-58.916,18</b>	<b>-46.043,23</b>	<b>-20.138,21</b>	<b>22.119,49</b>	<b>86.669,15</b>

*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*

Se puede observar en la tabla anterior el flujo de efectivo o caja (Cash Flow) de la organización el cual arroja saldos positivos a partir del cuarto año de inicio de actividades de la empresa, es decir que se obtendrá ganancias y se recuperará la inversión inicial.

#### 4.6.8. TIR, VAN y TMAR

**Tabla 46. Indicadores financieros**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Flujo de Efectivo</b>	0	-1.545	12.873	25.905	42.258	64.550
<b>Inversion Inicial</b>	-57.371	0	0	0	0	0
<b>Flujos Netos</b>	-57.371	-1.545	12.873	25.905	42.258	64.550
<b>TMAR</b>	<b>10,72%</b>					
<b>Inversion Inicial</b>	<b>-57.371,40</b>					
<b>VAN</b>	<b>37.722,36</b>					
<b>TIR</b>	<b>25,75%</b>					

*Fuente: Mero, Karem*

*Elaborado por: Mero, Karem*



Los indicadores financieros revelaron una TMAR de 10,72%, un VAN de \$37.722,36 y una TIR de 25,75% el cual constituye que los ingresos son mayores que los gastos y aseguran la factibilidad de la exportación del corviche congelado.

**4.6.9. Punto de equilibrio**

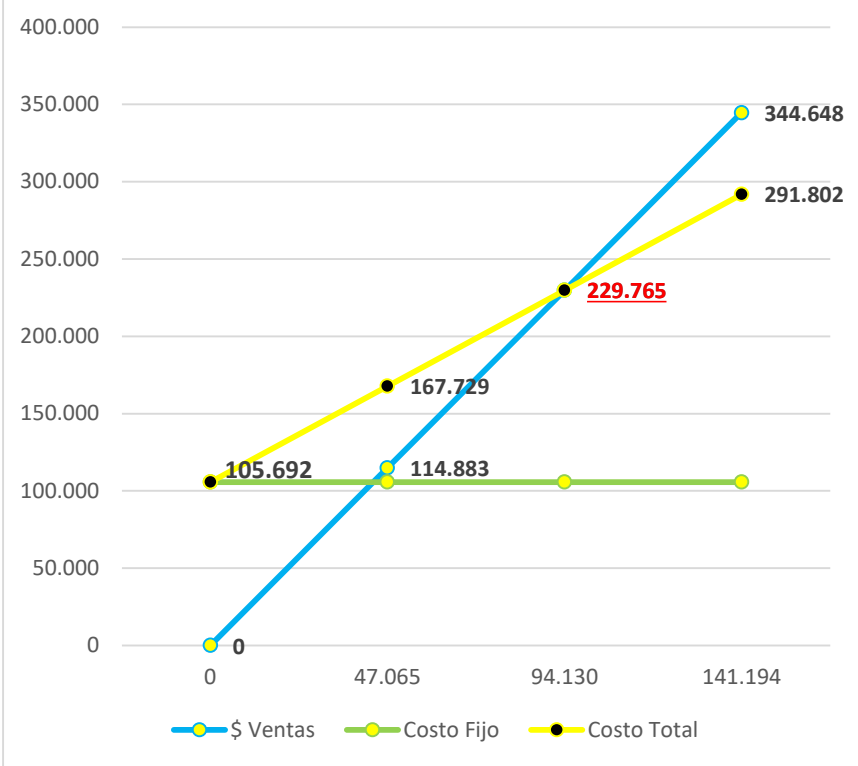
**Tabla 47. Punto de equilibrio**

Datos para el gráfico				
Q Ventas	0	47.065	<b>94.130</b>	141.194
\$ Ventas	0	114.883	<b>229.765</b>	344.648
Costo Variable	0	62.037	124.073	186.110
Costo Fijo	105.692	105.692	105.692	105.692
Costo Total	105.692	167.729	<b>229.765</b>	291.802
Beneficio	-105.692	-52.846	<b>0</b>	52.846

Fuente: Mero, Karem  
 Elaborado por: Mero, Karem

En la tabla expuesta anteriormente se muestra la cantidad que se debe vender para no obtener pérdida, que se considera como punto de equilibrio. Por tanto para alcanzar el equilibrio de esta operación se tendrá que vender 94.130 unidades del producto.

**Figura 37. Gráfico Punto de equilibrio**



Fuente: Mero, Karem  
 Elaborado por: Mero, Karem

El siguiente gráfico evidencia que la organización empezará a obtener utilidad a partir de la venta de 94.130 corviches congelados el cual simbolizará un ingreso de \$229.765

## CONCLUSIONES

Según la metodología aplicada o encuesta se determinó que los productores del Recinto Cantagallo están dispuestos a participar en el proyecto de exportación debido a que cuentan con los recursos suficientes para emprender el proyecto.

Mediante la realización de la presente investigación se pudo analizar el comportamiento de los productores de corviches del Recinto Cantagallo la cual resulto positiva y optimista para tomar la decisión de ingresar al mercado en New York con su producto.

Se interpretó la información distinguida de los factores a considerar en la exportación del corviche congelado mediante la búsqueda de datos desde fuentes fidedignas y especializadas en el Ecuador; estableciendo los lineamientos de exportación reales, que garantizan el óptimo desarrollo del presente trabajo investigativo.

La materia prima para la elaboración del corviche congelado es un recurso natural propio del Ecuador, lo que facilita la disponibilidad de la misma para la elaboración de este producto procesado, además del empeño que demuestran los productores del Recinto Cantagallo, para que el producto hecho en base a la materia prima que proveen los mismos se dirija al mercado internacional, lo cual indica que hay una gran probabilidad de poner en marcha el actual trabajo investigativo.

Concerniente al objetivo del comportamiento de consumo en los migrantes ecuatorianos residente en New York se determinó una aceptación hacia el producto debido a que es un producto tradicional que aún no llega a ese mercado.

En lo que respecta al financiamiento del proyecto, se estipula un valor de \$ 57.371,40 con el cual se podrá conseguir los elementos necesarios para empezar la producción del corviche congelado. Se plantea exportar un contenedor mensual con 9215 fundas de 400g hacia el mercado neoyorquino. Con las proyecciones realizadas se estima que, la inversión se recuperará a partir del año cuatro donde refleja ganancias para la empresa.

## **RECOMENDACIONES**

Es necesario programar un flujograma para que durante el transcurso de un año de funcionamiento del negocio se pueda realizar un estudio de mercado local e internacional de manera constante, con la finalidad de abrir la oportunidad de aumentar la capacidad instalada e incrementar los mercados de destino en el cual puedan ser comercializados los corviches congelados.

Elaborar un diseño llamativo por un experto en el tema, del envase, donde se almacenan los corviches congelados que serán exportados generando una caracterización de reconocimiento internacional con la finalidad que captar una atención óptima de los consumidores internacionales.

Para explotar la imagen de la marca y organización como exportadora de productos procesados, y evolucionar el intercambio o comercialización de snacks comestibles a nivel internacional se aconseja incluir los slogan “Hecho en Ecuador” con la finalidad de que se conozca el origen del producto de manera más representativa, no solo por el conocimiento de la materia prima a nivel internacional sino también por el impacto llamativo que pueda generar.

Dar a conocer el producto por ende la marca, de esta manera posicionar en el consumidor preferencia por el producto actual y la línea de producción que comercializará en el futuro con el nombre de la empresa.

Aprovechar las ferias internacionales para dar a conocer los corviches congelados y así ser más valorados y reconocido en el extranjero y por ende aumentar la rentabilidad de la empresa.

Dar una correcta capacitación para los empleados que van a utilizar las maquinarias para evitar que se desperdicie materia prima.

## BIBLIOGRAFÍA

Constitución de la República del Ecuador. (21 de Diciembre de 2008).

<http://www.fielweb.com>. Obtenido de

<http://www.fielweb.com:4080/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>

El Universo . (28 de Diciembre de 2015). <http://www.eluniverso.com/>. Obtenido de

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/12/28/nota/5318008/saldos-rojos-deudas-marcas-exportaciones-2015>

Estrella, P. (Julio de 2014). EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMARÓN ENLATADO HACIA NEW YORK. *TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Giménez, A. O. (2015). *Plan de Internacionalización Empresarial* . Madrid : Esic Ediciones .

Ministerio de Comercio Exterior . (Septiembre de 2016). <http://www.comercioexterior.gob.ec>.

Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/valores-mision-vision/>

Ministerio de Salud Pública . (Junio de 2014). <http://www.controlsanitario.gob.ec>. Obtenido

de [http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-](http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf)

[content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf](http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf)

OMC. (2015). *Informe sobre el Comercio Mundial 2015*. Secretaría de la OMC.

Organización Mundial de la Salud. (08 de Agosto de 2016). <http://www.fao.org>. Obtenido de

<http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/es/>

Orrego, J. M. (2014). *Logística de Aprovisionamiento* . Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

- Pro Ecuador. (septiembre de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/mision/>
- PRO ECUADOR, I. d. (2015). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/Ficha-Comercial-de-EEUU-Ene-2015.pdf>
- PROECUADOR . (1 de Enero de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/01/ENE.pdf>
- Proecuador. (2015). Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC\\_AS2015\\_PLATANO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/06/PROEC_AS2015_PLATANO.pdf)
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/fishing-and-aquaculture/>
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-no-arancelarias/>
- PROECUADOR. (2015). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Proecuador. (2015). *Proecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/11/Guia-Logistica-Internacional-2015.compressed.pdf>
- PROECUADOR. (Enero de 2016). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/01/ENE.pdf>
- PROECUADOR. (2016). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/alimentos-procesados/>
- Ramírez, A. C. (2015). *Logística Comercial Internacional* . Colombia: ECOE Ediciones .
- REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN. (Mayo de 2011). <http://www.cancilleria.gob.ec>. Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Riesco, L. J. (14 de Abril de 2011). *Comercio Internacional*. Madrid: Esic Ediciones. Obtenido de Universidad Intercontinental: <https://enlinea.uic.edu.mx/blogs/ID/24>

Rojas, G. (2011). *Logística Integral*. Bogotá: Ediciones de la u.

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

SENPLADES. (Agosto de 2014). <http://www.produccion.gob.ec>. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2013-2017-Objetivo-10.pdf>

Serrano, J. E. (2014). *Logística de Almacenamiento* . Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

Servicio de Rentas Internas . (20 de Mayo de 2014). <http://ftp.eeq.com.ec/>. Obtenido de <http://ftp.eeq.com.ec/upload/informacionPublica/2014/LEY%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf>

## ANEXOS

**Anexo 1:** Encuesta realizada a los productores del Recinto Cantagallo

### **Encuesta dirigida a los productores de corviches del Recinto Cantagallo, Cantón Jipijapa, Provincia de Manabí.**

Estimado productor se está realizando un estudio acerca de la capacidad exportable de sus corviches, para la realización de un plan de exportación. Para ello se ha confeccionado el presente cuestionario que tiene como objetivo conocer todos los aspectos relacionados con el tema de referencia, solicitamos de ustedes sus más sinceras respuestas ya que serán de gran ayuda. Muchas gracias por la atención prestada.

#### **Datos Generales:**

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

Equivalencia de Escala

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

N°	Preguntas	Escala Likert				
		5	4	3	2	1
1	¿Cómo califica usted la comercialización de corviches, que tiene hasta el momento?					
2	¿Qué cree usted sobre la idea de exportar su producción?					
3	¿Cómo considera usted la aceptación de los corviches que produce?					
4	¿Qué perspectiva tiene usted de que su producto el corviche, sea reconocido en el extranjero?					

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

1	Sí, los conozco
2	He leído, pero no estoy al tanto del tema
3	Desconozco completamente del tema

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

Sí	No
1	2

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

Sí	No
1	2

8. ¿Su Remuneración mensual como productor de corviches es?

1	Entre \$1 a \$250
2	Entre \$251 a \$500
3	Mayor a \$501

9. ¿Qué aspectos cree usted que imposibiliten la expansión productiva y posterior comercialización internacional de los corviches?

1	Poco conocimiento en los procesos de exportación
2	Poca ayuda gubernamental
3	Pocos recursos financieros


10. ¿Estaría usted de acuerdo en poner en marcha un plan de exportación de corviches y así ser reconocido su producto internacionalmente?

Sí	No
1	2



## Anexo 2: Encuesta realizada en la ciudad de New York

**Encuesta sobre corviches congelados**  
\*Obligatorio



**GENERO \***

- MASCULINO
- FEMENINO

**EDAD \***

- 18-26
- 27-35
- 36-44

**CIUDAD DE ORIGEN \***

- GALIYAQUIL
- QUITO
- OTRAS

**CONSUME PRODUCTOS PROCESADOS ECUATORIANOS**

- SI
- NO

**RAZONES DE COMPRA DE UN PRODUCTO ECUATORIANO \***

- VALOR NUTRICIONAL
- SABOR
- COSTUMBRE/RECUERDO
- PRECIO

**LUGAR DE COMPRA \***

- SUPERMERCADOS
- MERCADOS
- FERIAS

**FRECUENCIA DE CONSUMO DE PRODUCTOS ECUATORIANOS \***

- DIARIAMENTE
- SEMANALMENTE
- QUINCENALMENTE
- MENSUALMENTE

**¿SABE USTED QUE ES EL CORVICHE? \***

- SI
- NO

**¿ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR CORVICHE PRECOCIDO? \***

- SI
- NO

**¿QUE PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR? \***

- \$2,50 a 2,99
- \$3,00 a 3,49
- \$3,50 a 3,99

### **Anexo 3: Fotos de trabajo de investigación realizado**



**IMAGEN N° 1:**

Socialización del Plan de Exportación de Corviches Congelados a los moradores del Recinto Cantagallo.



**IMAGEN N° 2:**

Realización de la encuesta para el trabajo de investigación a los participantes del proyecto.



**IMAGEN N° 3:**

Cultivo de plátano que se desarrolla con excelentes condiciones en el Recinto Cantagallo.



**IMAGEN N° 4:**

Plantaciones del cultivo de plátano bien adaptadas a las condiciones climatológicas del lugar.





**IMAGEN N° 5:**

Materia prima disponible para el abastecimiento de la demanda al mercado donde se plantea en la investigación.



**IMAGEN N° 6:**


Producto que ofertan, los productores del Recinto Cantagallo.

Anexo 4: Documentos de Exportación

“BL”

MAERSK LINE		BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT		SCAC MAEU	
Shipper		Booking No. 951337756		BL No. 951337756	
Consignee (responsible only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer")		Export references 028-2014-40-00053670 (F/2329)		S/C Contract 577301	
Vessel (see clause 1 + 15) MAERSK NITEROI		Voyage No. 1402		Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)	
Port of Loading Guayaquil		Port of Discharge Newark		Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)	
<b>PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER</b>					
Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No.			Weight	Measurement	
1 Container Said to Contain 1000 CARTONS			21183.12 KGS	40.00 CBM	
1000 CARTONS					
FDA. REGISTRATION No OF PACKER 15722396588 NET WEIGHT: 40,000.00 LB / 18,144.00 KG GROSS WEIGHT: 46,700.00 LB / 21,183.12 KG RYAN #L113920 P.O. #717271 SHIPPER PROVIDED HS6 CODE: 030617					
MNB03022434 ML-EC0286928 40 REEF 9'6 1000 CARTONS 21183.12 KGS 40.00 CBM Temperature: -20.0 C					
Move particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)					
Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Payment	Collect
Terminal Handling Service- De	450.00	Per Container	USD		450.00

“FACTURA COMERCIAL”



 <b>COMERCIAL INVOICE # 001-005-00000808 / SALE CONFIRMATION # 320-2016</b>			
<b>DATE:</b>	<b>OCTOBER 18, 2016</b>	<b>VESSEL:</b>	<b>MAERSK NITEROI V.1402</b>
<b>BUYER:</b>		<b>SHIPPING LINE:</b>	<b>MAERSK LINES</b>
<b>CONSIGNEE:</b>		<b>SHIPPING DATE:</b>	<b>OCTOBER 21, 2016</b>
<b>NOTIFY:</b>		<b>PORT OF LOADING:</b>	<b>GUAYAQUIL, ECUADOR</b>
<b>PAYMENT: L/C</b>		<b>PORT OF DISCHARGE:</b>	<b>NEW YORK, USA</b>
<b>GOODS:</b>		<b>PLACE OF DELIVERY:</b>	<b>NEW YORK, USA</b>
		<b>B/L No:</b>	<b>951337756</b>
		<b>CONTAINERS No:</b>	<b>MNBU3022434</b>

<b>QTY.</b>	<b>NET WEIGHT (KGS)</b>	<b>PRICE FOB USD X KG</b>	<b>TOTAL AMOUNT USD</b>
390	7020	3,5	1365
	<b>TOTAL FOB NEW YORK USA.....USD</b>		<b>1365</b>

**ARE:** THOUSAND, THREE HUNDRED SIXTY FIVE 00/100 DOLLARS  
COUNTRY OF ORIGIN OF PRODUCT: ECUADOR

**“DAE”**

REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION		CONSULTA DEL DETALLE DE LA DECLARACION DE EXPORTACION	
 			
<b>Consulta del detalle de la declaración de exportación</b>			
Número de DAE		028-2014-40-00033670	
<b>Información de general</b>			
Código del distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01900106
Fecha de Aceptación	22/01/2014 13:13:46		
<b>Información de Exportador</b>			
Nombre del exportador	PROEXPO, PROCESADORA Y EXPORTADORA DE MARISCOS	Teléfono del exportador	042738810
Dirección del exportador	VIA A LA COSTA KM 23.5		
Número de documento de	RUC:0992597895001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIIU	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS	Número de documento de declarante	RUC:0907423804001
Nombre del declarante	BEJAR PERASSO JAVIER ENRIQUE		
Dirección del declarante	CHIMBORAZO 2188 Y FDO. DE MARCOS		
Código de forma de pago	A PLAZO (30 DIAS)	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE
<b>Información de carga</b>			
Puerto de carga	GUAYAQUIL	Puerto privado desde donde embarca	—NULL—
Puerto de llegada o de destino	PT NEWARK	Fecha de la carta de	22/01/2014
Nombre del consignatario	PESCANOVA, INC DBA PESCANOVA USA		
Dirección del	1430 S. DIXIE HWY. STE. 303 CORAL GABLES, FL. 33146		
Ciudad del contribuyente	CORAL GABLES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[0695025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ESTADOS UNIDOS		
<b>Totales</b>			
Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción	285000	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	18144	Peso total	21183.12
Cantidad total de bultos	1000	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	21183.12	Cantidad total de unidades comerciales	40000
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	
Firma del Contribuyente		1 de hoja (2 total de hojas)	Firma del Declarante