



**UNIVERSIDAD LAICA  
VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

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

**TEMA:**

**“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA  
EN POLVO AL MERCADO SUIZO”**

**TUTOR:**

**PHD. MONICA VILLAMAR MENDOZA**

**AUTORES:**

**CANO LEÓN KATHERINE NOHEMI**

**MORA ALLAN LUISA ISABEL**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**2020**



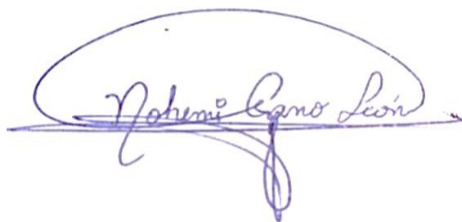
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> “EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”		
<b>AUTOR/ES:</b> CANO LEÓN KATHERINE NOHEMI MORA ALLAN LUISA ISABEL	<b>REVISORES:</b> PHD. MONICA VILLAMAR MENDOZA	
<b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYQUIL	<b>GRADO OBTENIDO:</b> INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR	
<b>FACULTAD:</b> ADMINISTRACIÓN	<b>CARRERA:</b> COMERCIO EXTERIOR	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2020	<b>Nº DE PÁGINAS:</b> 188 páginas	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación Comercial y Administración		
<b>PALABRAS CLAVES:</b> exportación, producción, mercado internacional.		
<b>RESUMEN:</b> El presente proyecto de investigación ha sido desarrollado con la finalidad de demostrar los beneficios comerciales que se adquieren de distribuir, comercializar y efectuar la exportación del polvo de moringa oleifera en el mercado internacional, debido a que en la actualidad son limitadas las empresas que han optado por la venta del producto. A partir de ello, la empresa Frutsesa S.A., ha planteado la aplicación de diferentes estrategias que estén direccionadas a posicionar la marca en el territorio extranjero, en relación a las medidas de salud, bienestar alimentario y cuidado ecológico que convierten a Suiza en un mercado idóneo para constituir acuerdos bilaterales de negociación dirigidos principalmente a promocionar la materia prima nacional. De manera conjunta, la investigación está sustentada en fuentes confiables y verificadas que demuestran los beneficios nutricionales y propiedades que posee el producto, además de la elaboración de un análisis financiera para respaldar el plan de exportación.		
<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 AUTOR/ES:</b> CANO LEÓN KATHERINE NOHEMI MORA ALLAN LUISA ISABEL	<b>TELÉFONO:</b> 0963242466 0993329490	<b>E-MAIL:</b> Kcanol@ulvr.edu.ec lmoraa@ulvr.edu.ec
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>*NOMBRE:</b> PhD. Rafael Iturralde Solórzano Decano de la Facultad de Administración <b>TELÉFONO:</b> 2596500 Ext. 201 <b>E-MAIL:</b> <a href="mailto:riturraldes@ulvr.edu.ec">riturraldes@ulvr.edu.ec</a>  <b>*NOMBRE:</b> Mg. Lcda. Betty Aguilar Echeverría Directora de la Carrera <b>TELÉFONO:</b> +593-4- 2596500 Ext. 203 <b>E-MAIL:</b> <a href="mailto:baguilare@ulvr.edu.ec">baguilare@ulvr.edu.ec</a>	

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

Las estudiantes egresadas **CANO LEÓN KATHERINE NOHEMI, MORA ALLAN LUISA ISABEL** declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”**, corresponde totalmente a las suscritas 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 los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autoras



**CANO LEÓN KATHERINE NOHEMI**

C.I. 0930527932



**MORA ALLAN LUISA ISABEL**

C.I. 0925641508

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación **“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”**, presentado por los estudiantes **CANO LEÓN KATHERINE NOHEMI, MORA ALLAN LUISA ISABEL**, como requisito previo, para optar al Título de **INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**, encontrándose aptas para su sustentación.

Mónica Margot Villamar Mendoza



C.C. 0916123029

# CERTIFICACIÓN DE PLAGIO

## Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 07-ago.-2020 08:01 -05  
Identificador: 1366048483  
Número de palabras: 33357  
Entregado: 1

Tesis EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL  
MERCADO SUIZO Por Mimi - Luisa Cano - Mora

Índice de similitud	Similitud según fuente
0%	Internet Sources: 8%
	Publicaciones: 1%
	Trabajos del estudiante: 7%

1% match (Internet desde 18-feb.-2020)  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2609/1/T-ULVR-2405.pdf>

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 07-may.-2020)  
[Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola on 2020-05-07](#)

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 30-jul.-2020)  
[Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil on 2020-07-30](#)

< 1% match (Internet desde 17-jul.-2020)  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2801/1/T-ULVR-2583.pdf>

< 1% match (Internet desde 23-oct.-2015)  
<http://www.teleley.com/lexinteramericana/>

< 1% match ()  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11332>

< 1% match ()  
<http://doi.org/10.26439/ulima.tesis/8441>

< 1% match (trabajos de los estudiantes desde 24-sept.-2019)  
[Submitted to Universidad Internacional de la Rioja on 2019-09-24](#)

Mónica Margot Villamar Mendoza



C.C. 0916123029

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto en primer lugar, se lo dedico a Dios, por permitirme cumplir con mis objetivos propuestos y darme la fuerza necesaria para no rendirme, ni decaer; también a mi familia que ha sido un factor fundamental en el proceso de lograr mi preparación profesional.

*Katherine Nohemí Cano León*

El presente trabajo de investigación, me llena de emoción por haber logrado elaborarlo y, por ende, va dedicado a Dios, por ser parte indispensable en el proceso cumplido, quien me ha ayudado a salir adelante en cada obstáculo, demostrando que nada es imposible de lograr. A mis hijos, mi esposo, mi familia en general por brindarme su apoyo, ayuda, consejos y creer siempre en mí.

*Luisa Isabel Mora Allan*

## **AGRADECIMIENTO**

Hoy, después de un largo camino quiero agradecer a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para finalmente alcanzar mis objetivos profesionales y permitirme disfrutar de experiencias y oportunidades adquiridas durante este proceso importante en mi vida, a mi esposo por brindarme su apoyo incondicional y motivarme cada día a seguir adelante y cumplir nuevas metas, a mi hija que es mi mayor motivación y quiero agradecer también a mi familia y tutora por su ayuda invaluable que sin ellos, este sueño hubiera sido difícil de alcanzar.

*Katherine Nohemí Cano León*

Agradezco a Dios por su ayuda constante y por ser fuente indispensable para lograr mis sueños, a mi familia, esposo e hijos por apoyarme en cada ocasión, a mi compañera de tutoría quien ha sido mi soporte en momentos difíciles en los cuales pensaba que no podría seguir. De antemano, agradezco la labor desempeñada por mi tutora por su apoyo absoluto.

*Luisa Isabel Mora Allan*

## ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iv
CERTIFICACIÓN DE PLAGIO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvi
RESUMEN .....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento del problema .....	3
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Sistematización del problema.....	4
1.5. Objetivos de la investigación .....	5
1.6. Justificación.....	5
1.7. Delimitación del problema .....	7
1.8. Hipótesis / idea a defender de la investigación .....	8
1.8.1. Idea a defender .....	8
1.9. Variables de la investigación.....	8
1.9.1. Variable independiente.....	8
1.9.2. Variable dependiente.....	8
1.10. Línea de investigación institucional.....	8
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Marco teórico .....	9
2.1.1. Antecedentes de la investigación .....	9



2.2. Fundamentación teórica .....	12
2.2.1. Moringa .....	12
2.2.2. Moringa oleifera .....	13
2.2.3. Situación comercial de Ecuador .....	16
2.2.4. Mercado comercial suizo.....	18
2.2.5. Plan de exportación .....	22
2.2.6. Análisis PEST.....	23
2.2.7. Matriz FODA .....	24
2.2.8. Logística de exportación .....	25
2.3. Marco contextual.....	27
2.4. Marco conceptual .....	29
2.5. Marco legal.....	30
CAPÍTULO III.....	34
3. MARCO METODOLÓGICO.....	34
3.1. Metodología o enfoque de la investigación.....	34
3.1.1. Diseño cualitativo.....	34
3.1.2. Diseño cuantitativo.....	35
3.2. Métodos de investigación.....	35
3.2.1. Método científico .....	35
3.2.2. Método de síntesis .....	36
3.2.3. Método inductivo .....	36
3.2.4. Método deductivo.....	37
3.3. Tipos de investigación.....	37
3.3.1. Investigación exploratoria .....	37
3.3.2. Investigación explicativa .....	37
3.3.3. Investigación de campo .....	38
3.3.4. Investigación bibliográfica .....	38
3.4. Técnicas de investigación.....	39
3.4.1. Encuesta.....	39
3.4.2. Entrevista.....	39
3.4.3. Observación.....	40
3.5. Instrumentos de investigación .....	40
3.5.1. Guía de observación .....	40

3.5.2. Guía de encuesta.....	40
3.5.3. Guía de entrevista.....	41
3.5.4. Escalas de medición .....	41
3.5.5. Escala de Likert .....	41
3.5.6. Escala nominal .....	41
3.6. Población y muestra .....	42
3.6.1. Población.....	42
3.6.2. Muestra.....	42
Análisis e interpretación de los resultados.....	44
CAPÍTULO IV.....	65
4. LA PROPUESTA .....	65
4.1. Título de la propuesta .....	65
4.2. Diseño de la propuesta .....	65
4.3. Objetivos de la propuesta .....	66
4.3.1. Objetivo general.....	66
4.3.2. Objetivos específicos.....	66
4.4. Planeación estratégica de la propuesta .....	67
4.5. Plan de exportación .....	68
4.6. Empresa comercial Coop - Suiza .....	95
4.7. Mix de marketing del producto polvo de moringa oleifera.....	96
4.7.1. Producto.....	96
4.7.2. Precio.....	99
4.7.3. Promoción .....	100
4.7.4. Plaza .....	101
4.8. Análisis financiero.....	106
4.8.1. Plan de acción.....	106
4.8.2. Estudio financiero.....	109
Conclusiones .....	147
Recomendaciones .....	148
Referencias.....	149
Anexos del proyecto .....	151

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Delimitación del problema.....	7
Tabla 2 Exportaciones realizadas por Ecuador .....	17
Tabla 3 Precios de mercado (PIB) .....	19
Tabla 4 Per Cápita (PIB) .....	19
Tabla 5 Importaciones Suiza .....	21
Tabla 6 Análisis PEST .....	23
Tabla 7 Matriz FODA .....	24
Tabla 8 Obtención total de la muestra.....	43
Tabla 9 Comercialización del polvo de moringa oleifera .....	44
Tabla 10 Elementos fundamentales para la comercialización .....	45
Tabla 11 Factibilidad del proceso de exportación.....	46
Tabla 12 Beneficios nutricionales del polvo de moringa oleifera.....	47
Tabla 13 Uso de empaques biodegradables .....	48
Tabla 14 Frecuencia de compra .....	49
Tabla 15 Facilidad del proceso de exportación entre Ecuador – Suiza.....	50
Tabla 16 Precio monetario de la producción.....	51
Tabla 17 Producción de la empresa Frutsesa S.A. al mercado suizo .....	52
Tabla 18 Línea de exportación .....	53
Tabla 19 Cantidad máxima de contenedor.....	85
Tabla 20 Requisitos para importar la moringa al mercado suizo .....	91
Tabla 21 Costo FOB.....	93
Tabla 22 Precio de producto .....	100
Tabla 23 Maquinaria y equipos aplicados para el proceso de producción.....	102
Tabla 24 Herramientas utilizadas en el proceso de producción .....	103
Tabla 25 Capacidad máxima de hojas de moringa oleifera .....	103
Tabla 26 Producción diaria del polvo de moringa oleifera .....	105
Tabla 27 Producción máxima.....	105
Tabla 28 Plan de acción aplicado para la propuesta.....	106
Tabla 29 Costo de sembrío.....	109
Tabla 30 Costo de maquinaria y equipos .....	110
Tabla 31 Herramientas aplicadas para la producción del polvo de moringa oleifera .....	111

Tabla 32 Costo de muebles y enseres para la producción.....	111
Tabla 33 Costo de muebles y enseres para el área administrativa .....	112
Tabla 34 Costo de equipos de oficina .....	113
Tabla 35 Costo de equipos de computación.....	113
Tabla 36 Costo de mantenimiento de maquinaria.....	114
Tabla 37 Resumen de activos fijos.....	114
Tabla 38 Resumen de activos diferidos .....	116
Tabla 39 Amortización de activo diferido .....	117
Tabla 40 Presupuesto de mano de obra directa .....	117
Tabla 41 Resumen de costo primo .....	118
Tabla 42 Presupuesto de materia prima indirecta .....	118
Tabla 43 Presupuesto de mano de obra indirecta.....	119
Tabla 44 Elementos de indumentaria de producción .....	119
Tabla 45 Materiales de oficina para el área de producción.....	120
Tabla 46 Presupuesto de energía para el área de producción.....	121
Tabla 47 Presupuesto de agua potable para el área de producción .....	121
Tabla 48 Resumen de costo indirecto de producción.....	122
Tabla 49 Presupuesto de mano de obra indirecta.....	123
Tabla 50 Presupuesto de energía eléctrica para el área administrativa.....	123
Tabla 51 Presupuesto de agua potable para el área administrativa.....	124
Tabla 52 Presupuesto del servicio de teléfono para el área administrativa.....	124
Tabla 53 <i>Presupuesto de servicio de internet</i> .....	125
Tabla 54 Presupuesto de suministros de oficina .....	125
Tabla 55 <i>Presupuesto de publicidad</i> .....	126
Tabla 56 <i>Resumen de gastos de operación</i> .....	126
Tabla 57 <i>Resumen de capital de trabajo</i> .....	127
Tabla 58 Resumen de activos.....	129
Tabla 59 <i>Financiamiento de la inversión</i> .....	131
Tabla 60 Depreciaciones de activos fijos.....	132
Tabla 61 Reinversión de activo fijo .....	133
Tabla 62 Resumen del costo de producción.....	133
Tabla 63 Resumen de costo de operación .....	134
Tabla 64 Presupuesto proformado .....	135
Tabla 65 Costo unitario de producción .....	138

Tabla 66 Costo unitario de producción .....	138
Tabla 67 Precio de venta al público .....	139
Tabla 68 Ingreso por ventas .....	139
Tabla 69 Estado de pérdidas y ganancias.....	140
Tabla 70 Flujo de caja .....	142
Tabla 71 Valor actual neto .....	144
Tabla 72 Presentación del VAN.....	145
Tabla 73 Tasa interna de retorno.....	145

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Comercialización del polvo de moringa oleifera .....	44
Gráfico 2. Elementos fundamentales para la comercialización .....	45
Gráfico 3. Factibilidad del proceso de exportación .....	46
Gráfico 4. Beneficios nutricionales del polvo de moringa oleifera .....	47
Gráfico 5. Uso de empaques biodegradables .....	48
Gráfico 6. Frecuencia de compra .....	49
Gráfico 7. Facilidad del proceso de exportación entre Ecuador – Suiza .....	50
Gráfico 8. Precio monetario de la producción .....	51
Gráfico 9. Producción de la empresa Frutsesa S.A. al mercado suizo.....	52
Gráfico 10. Línea de exportación.....	53
Gráfico 11. Flujograma del proceso de exportación .....	75
Gráfico 12. Documentación reglamentaria .....	79
Gráfico 13. Proceso de pre-embarque .....	89
Gráfico 14. Etapa de post-embarque .....	90
Gráfico 15. Transportación del producto .....	90
Gráfico 16. Organigrama de la empresa .....	96

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Planta de Moringa Oleifera .....	14
Ilustración 2. Hoja de moringa oleifera.....	15
Ilustración 3. Incoterm para la transportación.....	27
Ilustración 4. Plan de exportación .....	67
Ilustración 5. Polvo de moringa oleifera .....	69
Ilustración 6. Proceso de actualización de datos .....	77
Ilustración 7. Ejemplo del formulario a realizar para la obtención de la firma electrónica 78	
Ilustración 8. Ejemplo de adquisición firma electrónica del portal Security Data.....	78
Ilustración 9. Ejemplo del portal digital de Ecuapass .....	79
Ilustración 10. Empaque del producto .....	82
Ilustración 11. Prototipos de envase para la producción del polvo de moringa oleifera.....	83
Ilustración 12. Contenedor utilizado para la transportación del producto .....	85
Ilustración 13. Incoterm aplicado para la transportación .....	86
Ilustración 14. Presentación de apilamiento de cajas.....	87
Ilustración 15. Elementos utilizados para cumplir con los requisitos de transportación ....	87
Ilustración 16. Logo de la empresa internacional .....	95
Ilustración 17. Modelo #1 de presentación para la propuesta a exportar / español.....	97
Ilustración 18. Modelo #1 de presentación para la propuesta a exportar / inglés .....	97
Ilustración 19. Modelo #2 de presentación para la propuesta a exportar / español.....	98
Ilustración 20. Modelo #2 de presentación para la propuesta a exportar / inglés .....	98

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de permiso .....	152
Anexo 2. Evidencias fotográficas de la realización de encuestas .....	153
Anexo 3. Evidencias fotográficas de la presentación de la propuesta .....	154
Anexo 4. Subpartida arancelaria polvo de moringa .....	155
Anexo 5. Maquinaria y equipos de producción .....	156
Anexo 6. Cotización de maquinaria y equipos de producción .....	157
Anexo 7. Cotización de maquinaria y equipos de producción .....	158
Anexo 8. Contenedor y pallets .....	159
Anexo 9. Envases biodegradables .....	160
Anexo 10. Maquinaria y equipos aplicados para el proceso de producción .....	161
Anexo 11. Acuerdo EFTA entre Ecuador y Suiza .....	162
Anexo 12. Test potencial exportador .....	163
Anexo 13. Ficha técnica del país Suiza (sacada de la página Pro Ecuador) .....	164
Anexo 14. Formato de encuesta .....	165
Anexo 15. Formato de entrevista .....	168
Anexo 16. Formato de entrevista .....	170
Anexo 17. Formato de entrevista .....	171
Anexo 18. Formato de entrevista .....	172





**UNIVERSIDAD LAICA**

**VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación ha sido desarrollado con la finalidad de demostrar los beneficios comerciales que se adquieren de distribuir, comercializar y efectuar la exportación del polvo de moringa oleífera en el mercado internacional, debido a que en la actualidad son limitadas las empresas que han optado por la venta del producto. A partir de ello, la empresa Frutsesa S.A., ha planteado la aplicación de diferentes estrategias que estén direccionadas a posicionar la marca en el territorio extranjero, en relación a las medidas de salud, bienestar alimentario y cuidado ecológico que convierten a Suiza en un mercado idóneo para constituir acuerdos bilaterales de negociación dirigidos principalmente a promocionar la materia prima nacional. De manera conjunta, la investigación está sustentada en fuentes confiables y verificadas que demuestran los beneficios nutricionales y propiedades que posee el producto, además de la elaboración de un análisis financiera para respaldar el plan de exportación.

**Palabras claves:** exportación, producción, mercado internacional.

## INTRODUCCIÓN

En la era de la “modernidad” e industrialización se han implementado estrategias de comercialización en relación a la salud y factores nutricionales, en todo procedimiento básico para la conservación de la vida, en donde muchas industrias han convertido un aspecto tan importante para la humanidad, como lo es la alimentación en un medio de lucro.

A medida que pasan los años el tiempo se reduce a nada, ya sea tanto en el ámbito laboral como en el académico, siendo hábitos muy demandantes y competitivos tras esta situación la consistencia y costumbres nutritivas se han vuelto extremadamente irregulares; debido a que la sociedad opta por alimentos de comida rápida que produce enfermedades, malos hábitos de alimentación, enfermedades catastróficas, entre otros factores, dejando de lado los suplementos sustanciosos, frutas, verduras e ingredientes saludables que favorezcan a la salud.

Por ende, se ha establecido desarrollar el presente proyecto de investigación que permita posicionar al polvo de moringa oleífera en el mercado internacional, demostrando los beneficios que se pueden obtener del consumo del producto. A partir de ello, la empresa Frutsesa S.A., ha optado por innovar su producción de la mano con la moringa, permitiendo implementar un plan de exportación que dé a conocer los requerimientos necesarios a cumplirse para desarrollar el proceso de exportación, logrando acceder al territorio independiente de Suiza y posicionarse en la mente de los consumidores.

La demanda comercial del polvo de moringa es un factor atractivo en el mercado internacional, siendo necesario que las limitadas empresas nacionales que se han encargado de producir y procesar la planta oleífera hasta su conversión en polvo estén direccionadas en promover alianzas productivas para promocionar la materia prima en nuevos mercados, demostrando la importancia de adquirir productos que estén direccionados a la salud; tal es el caso, que es fundamental determinar un departamento encargado efectuar relaciones internacionales para la venta, permitiendo proporcionar recursos que se adecuen a las necesidades del consumidor y cumpliendo así con las normas alimentarias, medioambientales y de seguridad establecidas por cada estado.

Es importante, definir que el presente proyecto de investigación se desglosa en diferentes capítulos, con la finalidad de responder a interrogantes y generar información necesaria

respecto al proceso que se debe cumplir para realizar el plan de exportación y establecerse en el mercado internacional.

**CAPÍTULO I:** en la elaboración del primer capítulo, se encuentra distribuida la información relacionada con el problema que ha observado el investigador, además de plantear una interrogante que permita demostrar la necesidad de llevar a cabo el proyecto, seguido de los objetivos general y específicos, también la justificación e importancia de la investigación, lo que se espera obtener de los siguientes capítulos a elaborarse y proyectando una hipótesis que deberá ser sustentada para sustentar la viabilidad del presente estudio.

**CAPÍTULO II:** para la elaboración del segundo capítulo, es importante la recolección de datos informativos que permitan demostrar los antecedentes de la investigación y la actualidad de la problemática planteada, en este caso, proyectos realizados por diferentes autores que brinden un soporte científico a la investigación, además de realizar el desglose de los puntos más significativos en el marco teórico, analizar el campo de acción en el marco contextual, fundamentar los datos obtenidos a través del marco conceptual y estipular leyes y acuerdos que promuevan el proceso de comercialización / distribución / exportación.

**CAPÍTULO III:** por otro lado, en el tercer capítulo o mejor denominado como marco metodológico, el investigador selecciona y detalla los diferentes procesos aplicados para brindar parte científico al proyecto, determinar los tipos de investigación, métodos utilizados, herramientas e instrumentos, decretar la población y comprobar la muestra mediante la fórmula que se va a manejar para la aplicación de encuestas y entrevistas.

**CAPÍTULO IV:** finalmente, el cuarto y último capítulo está enfocado en demostrar la propuesta a desarrollarse, los diferentes requerimientos que han sido establecidos por las organizaciones comerciales para permitir que se realice la verificación legal de la empresa, obtención de documentación relacionado con proceso de compra – venta y la normativa a aplicarse al incursionar como empresa exportadora en el mercado internacional, análisis financiero, entre otros aspectos.

## CAPÍTULO I

### 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1.Tema

Exportación de Moringa Oleifera en polvo al mercado suizo.

#### 1.2. Planteamiento del problema

En la actualidad, la moringa oleifera es una planta considerada importante debido a sus factores medicinales con alto valor nutricional, ya que permite adaptarse a los aspectos climáticos en ambiente tropical, logrando mejorar las condiciones de salud para el bienestar humano. Es así que este producto se caracteriza por sus propiedades nutraceuticas, alimenticias y de sostenibilidad.

Las hojas de moringa en polvo poseen alto contenido nutricional que puede ser utilizada como una alternativa medicinal, industrial y agrícola. Al ser considerada la moringa un nutriente en estado natural, la producción de este suplemento tendrá un impacto significativo en la calidad de vida de la población en diferentes países que opten por los beneficios de consumir el producto.

En el Ecuador, actualmente existen organizaciones gubernamentales como Pro Ecuador, Cámara de Comercio, Ministerio de Comercio Exterior, etc., que están incentivando a los pequeños y medianos productores a que realicen un cambio en la matriz productiva para que de esta manera se pueda exportar sus productos, sobre todo los “no tradicionales” así como también los “alimentos saludables”. Por tal motivo, se ha elegido la planta moringa oleifera, para el desarrollo de un plan de exportación que permita mejorar las condiciones de salud en la sociedad internacional.

De esta manera se determina que la moringa oleifera en polvo se exporta en mínimas cantidades, y que solo una empresa en Ecuador realiza exportaciones, siendo Ecuamoringa S.A., la principal encargada de comercializar este producto nutricional a los países de China y Alemania.

Tal es el caso, para definir el mercado en el cual se va a comercializar el polvo de moringa oleifera se debe analizar el factor salud, clima y cuidado ambiental. Por lo tanto, se ha considerado al mercado suizo, porque de acuerdo a la información publicada en la página de

Pro Ecuador, éste se caracteriza por la creciente importancia que los consumidores presentan al momento de adquirir productos, puesto que el valor nutricional en alimentos es considerado fundamental, ya que la población en Suiza prefiere adquirir productos que beneficien a la salud. Esto se debe a su calidad de vida, nivel de educación y al interés en sus habitantes de cuidar la alimentación y el medio ambiente; siendo el país que posee mejor sistema de salud en el mundo.

El clima generalmente frío en Suiza y otros países de Europa hace que la producción de la moringa oleifera sea escasa, debido a que requiere de un clima tropical para su correcto cultivo, los “alimentos saludables” de mayor consumo en este país son importados de varias partes del mundo. Y gracias al cálido ambiente que posee el Ecuador, se tiene la ventaja de la elaboración y desarrollo del plan de exportación.

No obstante, se ha optado por el mercado suizo en relación a los beneficios nutricionales, científicos e industriales que se pueden adquirir del uso y consumo del polvo de moringa oleifera, siendo favorable para la empresa Frutsesa S.A. encargada directa de la exportación del producto polvo de moringa, destacando así de otras empresas nacionales por ofrecer los más altos estándares de calidad que hacen al productor saludable, adaptable e innovador.

### **1.3. Formulación del problema**

¿De qué manera influye el desarrollo de un plan de exportación del polvo de moringa oleifera para la comercialización en el mercado suizo?

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

- ¿Cuáles son los principales factores que han sido seleccionados para comercializar el polvo de moringa oleifera en el mercado suizo?
- ¿Qué recursos deberán ser analizados en la empresa Frutsesa S.A. para la exportación del polvo de moringa oleifera hacia el mercado suizo?
- ¿Cuál es el alcance internacional que presenta la planta moringa oleifera en el mercado suizo?
- ¿Cómo se establece el procedimiento de comercialización al mercado suizo en relación al plan de exportación del polvo de moringa oleifera?

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

### **1.5.1. Objetivo general**

Desarrollar un plan de exportación de moringa oleifera en polvo para la comercialización al mercado suizo a beneficio de la empresa Frutsesa S.A.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Recopilar información acerca del mercado de destino y el consumo de productos agrícolas no tradicionales en éste, utilizando métodos y técnicas de investigación.
- Analizar la información antes obtenida, determinando las posibilidades de comercializar moringa oleifera en polvo en el mercado de suizo.
- Proponer el plan de exportación que se ajuste a las necesidades de la empresa Frutsesa S.A, y sirva de guía para exportar el producto.

## **1.6. Justificación**

En la era de la “modernidad” e industrialización se han implementado estrategias de comercialización en relación a la salud y factores nutricionales, en todo procedimiento básico para la conservación de la vida, en donde muchas industrias han convertido un aspecto tan importante para la humanidad, como lo es la alimentación en un medio de lucro.

De hecho, se supone que deberían cumplir el proceso de “crear productos alimenticios más seguros para el mundo” sin embargo, se puede hacer énfasis y notar que cada día son más perjudiciales para la salud y el planeta, debido a las sustancias que utilizan en los diferentes procesos de fabricación para la preservación y aplicación de métodos innecesarios y poco éticos en el desarrollo de suplementos “saludables” para el bienestar humano.

A medida que pasan los años el tiempo se reduce a nada, ya sea tanto en el ámbito laboral como en el académico, siendo hábitos muy demandantes y competitivos tras esta situación la consistencia y costumbres nutritivas se han vuelto extremadamente irregulares; debido a que la sociedad opta por alimentos de comida rápida que produce enfermedades, malos hábitos de alimentación, enfermedades catastróficas, entre otros factores, dejando de lado los suplementos sustanciosos, frutas, verduras e ingredientes saludables que favorezcan a la salud.

Lo cierto es que el estilo de vida de las personas ha cambiado y por ende la manera en que se procede la alimentación, debido a que ya no es igual a la de nuestros antepasados, esto

conlleva a ser más propensos a enfermedades como obesidad, problemas de indigestión, diabetes, mala presión arterial, problemas de sueño, problemas de concepción y embarazo, etc.

Cabe señalar que actualmente se está luchando contra este mal hábito adquirido en el último siglo, existen organizaciones como la OMS (Organización Mundial de la Salud), FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación) y demás instituciones que están relacionadas al cuidado de la salud, creando campañas para generar conciencia en la sociedad, permitiendo incentivar a las empresas en producir y comercializar alimentos o suplementos que luchen contra los problemas sanitarios, ecológicos y medioambientales.

El portal digital Bloomberg Global Health Index, indica en sus publicaciones que de acuerdo al análisis de cuidado alimenticio realizado por parte de diferentes países, demuestran que las naciones más saludables se determinan en base a diferentes niveles entre los que se encuentran ambiental, salud, ecología y bienestar nutricional; ya que esta plataforma científica estudia el índice de factores relacionados con atención médica, actividades de cuidado ambiental, calidad de vida, riesgos de salud, enfermedades catastróficas, entre otros aspectos. Según estas variables se le otorga una puntuación sobre 100 a cada país.

En este contexto nutricional se enfatiza que, para formar parte del índice global de salud, los países deben tener más de 300.000 habitantes y además poseer información que sustente validez a los factores que forman parte del informa, en el índice del año 2019 puntúa a 169 naciones de la Organización Mundial de la Salud y el Banco Mundial, las cuales cumplieron los criterios establecidos.

Por lo tanto, entre los diez primeros países que conforman el índice global de la lista de 169 naciones, se sitúa dentro de los seis países europeos a Suiza, siendo considerado el quinto lugar durante el periodo 2019, tomando en consideración las publicaciones realizadas en el portal Bloomberg Global Health Index publicado en el año 2017 que demuestra su posición en el octavo puesto; esto se debe a que el 40% de la población suiza presentan una modalidad de consumo saludable, promoviendo la práctica de adquirir productos que beneficien al cuidado nutricional con altos niveles en proteínas, libres de gluten y suplementos con un aporte superior de elementos alimentarios que aporten a la ingesta diaria.

Los factores macroeconómicos que han favorecido la orientación del consumidor hacia las tendencias alimenticias señaladas son: el envejecimiento global de la población, la

proliferación de enfermedades crónicas, el uso de la alimentación como medicina. Impulsando el crecimiento acelerado del mercado de los alimentos que están asociados con propiedades beneficiosas para la salud, promueven una dieta sana y provienen de la producción sostenible. Estas exigencias hacen que se garantice el acceso a una oferta variada de productos con estas características, permitiendo que aquello que inició como un nicho de mercado, se haya convertido hoy en una tendencia de consumo marcada.

Los productos que se clasifican dentro de este grupo cuya oferta se destaca en Suiza están la moringa, la espirulina, el jengibre, la quinua, el aceite de coco, el aguacate, el cacao crudo, las semillas de cáñamo, la granada, entre otros. En base a esto, se ha desarrollado un plan de exportación para la empresa Frutsesa S.A, el cual tiene como finalidad la comercialización y distribución de la moringa oleifera en polvo en el mercado suizo, considerando que la producción orgánica de estos alimentos es muy valorada y su demanda se encuentra en ascenso.

Este proyecto tiene la intención de desarrollar un plan de exportación que permita el crecimiento de las relaciones bilaterales entre el mercado ecuatoriano – suizo; por ende, al entablar la comercialización internacional del producto polvo de moringa oleifera Ecuador será el encargado de producir la cosecha de la planta hasta su conversión en polvo, fomentando la demanda y consumo todo el año, a partir de los beneficios que se pueden obtener al exportar el producto natural al mercado internacional suizo.

### 1.7. Delimitación del problema

Tabla 1

*Delimitación del problema*

<b>Campo:</b>	<b>Socioeconómico</b>
Área:	Comercio Exterior
Tema:	Exportación de moringa oleifera en polvo al mercado suizo.
Lugar:	Guayaquil
Tiempo:	2019 – 2020

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



## **1.8. Hipótesis / idea a defender de la investigación**

### **1.8.1. Idea a defender**

Con el desarrollo del plan de exportación de Moringa oleifera en polvo, la empresa Frutsesa S.A. dará a conocer el producto en el mercado suizo, permitiendo posicionarse en la mente de los consumidores.

## **1.9. Variables de la investigación**

### **1.9.1. Variable independiente**

- Exportación de moringa oleifera.

### **1.9.2. Variable dependiente**

- Comercialización del producto al mercado suizo.

## **1.10. Línea de investigación institucional**

**Línea Institucional:** Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

**Línea de Facultad:** Marketing, comercio y negocios locales.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Marco teórico**

##### **2.1.1. Antecedentes de la investigación**

En Ecuador, la moringa oleífera ha sido implementada por la empresa Ecuamoringa encargada principal de producir la planta para consumo natural; de esta manera se menciona que, al ser una planta adaptada a clima tropical, el suelo ecuatoriano es idóneo para la siembra, ya que se adecua a la biodiversidad local. No obstante, al existir limitadas investigaciones y estudios científicos realizados en el país es que se decidió desarrollar el presente estudio, permitiendo fomentar la producción, desarrollo y comercialización del polvo de moringa oleífera en diferentes empresas nacionales que busquen crecer en sus estándares logísticos hacia la internacionalización.

La empresa Frutsesa (Frutas Selectas S.A.) es una organización que opera en agricultura e industria, fue fundada el 07 de febrero del 2006 en Ecuador, con sede principal en Guayaquil, ha sido la encargada de realizar exportaciones con la finalidad de satisfacer las necesidades comerciales de algunas empresas proveedoras de frutas en el continente europeo. Durante el transcurso de los años esta empresa ha crecido y provee con satisfacción a sus clientes, en sus etapas de producción promueve prácticas ambientalistas que ayuden al cuidado ecológico y además de brindar la calidad en materia prima para su consumo.

Con respecto a esto, la empresa desarrolla su producción en la zona norte y centro bananera del Ecuador, realizando la distribución semanalmente de la materia prima, esta acción la efectúa a través de la utilización de contenedores que se movilizan desde el campo hacia las grandes empresas, comercializando fruta con los más altos estándares de calidad y con programas regulares establecidos para solventar las necesidades de los clientes. Actualmente, emplea a 614 personas la mayoría de tiempo completo en el campo y en los centros de empaque lo cuales conjuntamente con los encargados de la producción trabajan para obtener el mejor producto que pueda satisfacer los requerimientos especificados por sus clientes para asegurar la máxima calidad.

Sin embargo, en los últimos años los retos de la economía mundial y el desarrollo de mercado, impulsó al gobierno a proponer un cambio en la matriz productiva los cuales busca la diversificación de productos basada en el desarrollo de las industrias que mediante la incorporación de tecnología agrega valor a la producción existente y fomenta las exportaciones de productos nuevos, así como también los productos no tradicionales.

Entre estos productos están los alimentos saludables o suplementos alimenticios que son altos en proteínas y veganos, como lo es la moringa oleifera en polvo que cuenta con propiedades beneficiosas para la salud, promueve una dieta sana y proviene de la producción sostenible. Producto por el cual Frutsesa (Frutas Selectas S.A.) desea comercializar a Suiza.

No obstante, para el desarrollo de la presente investigación, se han realizado diferentes indagaciones con carácter científico para solventar la información referente a la problemática planteada, de esta manera se han destacado los siguientes trabajos expuestos por universidades latinoamericanas, con la finalidad de sustentar la importancia de producir, comercializar, distribuir y exportar al mercado internacional productos para el fortalecimiento de la producción nacional; a partir de la recolección de datos informativos se podrá determinar la situación comercial del Ecuador, analizando los beneficios de exportar polvo de moringa oleifera al mercado suizo, su tendencia y consumo.

Tal es el caso, que al abordar el desarrollo de los antecedentes de la investigación el autor Tello Fuentes, (2018) en el estudio “Viabilidad de exportación de la planta moringa en polvo hacia Canadá” realizado en Guatemala se enfoca en determinar los beneficios medicinales que puede aportar la moringa, siendo un alimento completo en factores nutricionales fácil de producir, consumir y preparar, se puede ajustar a las dieta diaria de las personas que presentan algún tipo de enfermedad. Es por ello, que se ha optado por exportar el producto al mercado canadiense, al ser un país que se preocupa por el bienestar de sus habitantes como solución a los problemas alimentarios.

Por lo consiguiente, en la investigación expuesta anteriormente, se puede determinar que el mercado guatemalteco al seleccionar un país como Canadá para vender el polvo de moringa oleifera, se podrá obtener beneficios directos en la economía y en las relaciones bilaterales entre ambos países, ya que debido al ambiente climático de Canadá es difícil poder cultivar y producir la planta de moringa, es por ello, que Guatemala es un anfitrión directo para producir, comercializar y distribuir el polvo de esta planta.

De modo similar, la Universidad de Lima, se ha presentado el proyecto de investigación basado en el estudio de pre factibilidad para la instalación de una planta de producción de moringa oleifera en polvo enriquecida con camu camu para el mercado limeño, elaborado por los autores Angulo & Céspedes, (2018) indican que producir en el campo local un nuevo elemento alimenticio, debe ser analizado en su comercialización y distribución para determinar los beneficios que pueden aportar a la salud de las personas; es por ello, que se ha seleccionado empezar con su cultivo y venta, ya que se podrá conocer la aceptación por parte de los ciudadanos. Esta planta se caracteriza por ser producida en un clima tropical, pudiendo ser incorporada en la tierra para su distribución masiva en Lima - Perú.

De acuerdo a lo mencionado por los autores Angulo & Céspedes, (2018) en el proyecto, al incorporar el polvo de moringa como nuevo producto de producción y venta se podrá establecer un aumento en las ofertas laborales en el mercado peruano, generando mayores ganancias, plazas de trabajo y la seguridad de brindar un servicio de calidad a la población, tanto en factores de salud, medicina tradicional, agua y en otros caso como en propiedades de agricultura y forraje para el alimento de los animales.

Por otro lado, a nivel local se ha seleccionado el trabajo realizado en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte abordando el tema “Plan de exportación de hoja procesada de moringa de la empresa Mirelya S.A. hacia el mercado Paris, Francia”, investigación elaborada por los autores Duarte & Coello, (2018) en este estudio se puede determinar que al expandir las proyecciones de producción y comercialización de la materia prima relacionada a productos alimentarios con fines organización posee un mayor nivel de aceptación por parte de empresas internacionales, ya que es indispensable analizar, el cuidado nutricional que presentan algunos países y las limitaciones de producir en territorio propio alimentos saludables para combatir los malos hábitos nutricionales; a partir de ello, se determinan las líneas comerciales, calidad de producción, cuidado ecológico con el medio ambiente y vínculos bilaterales entre países con el objetivo de mejorar las relaciones internaciones y la economía entre Ecuador y Canadá.

La demanda comercial del polvo de moringa es un factor atractivo en el mercado internacional, siendo necesario que las limitadas empresas nacionales que se han encargado de producir y procesar la planta oleifera hasta su conversión en polvo estén direccionadas en promover alianzas productivas para promocionar la materia prima en nuevos mercados, demostrando la importancia de adquirir productos que estén direccionados a la salud; tal es el caso, que es fundamental determinar un departamento encargado efectuar relaciones

internacionales para la venta, permitiendo proporcionar recursos que se adecuen a las necesidades del consumidor y cumpliendo así con las normas alimentarias, medioambientales y de seguridad establecidas por cada estado.

El polvo de moringa oleífera ha generado en los países tanto donde se produce, como en aquellos en los cuales es factible su cultivo, producción y consumo grandes beneficios para la salud, ya que este suplemento nutricional posee cantidades considerables de vitaminas, antioxidantes, calcio, magnesio, hierro, entre otras propiedades. Sin embargo, para comercializarlo internacionalmente es fundamental que se establezcan relaciones entre países, permitiendo que puedan adquirir este producto, generar cambios positivos en la salud, aportar en el contexto laboral y generar nuevas investigaciones científicas sobre los factores químicos, perfil nutricional y demás tratamientos que puede cubrir el uso de adquirir el producto. De igual manera, para lograr la actividad comercial, se debe demostrar la aceptación, hábitos de compra y la motivación del consumir en la exportación de la moringa.

## **2.2. Fundamentación teórica**

### **2.2.1. Moringa**

Se determina como especie a la Moringa por ser considerada como el único género de la familia Moringaceae, llamada también sedeructops o morango. Este género comprende una cantidad de 13 especies de plantas, mismas que han sido clasificadas de acuerdo a las funciones nutricionales, de salud, belleza y consumo para promover el cuidado ambiental de las personas en la sociedad, cabe destacar, que su cultivo se adapta a las zonas de ambiente cálido y tropical, permitiendo su producción en zonas áridas para su rápido crecimiento.

Esta especie de planta puede ser valorada naturalmente por los mecanismos nutricionales y medicinales que se adquieren de la raíz, hojas, flores y semilla; pues es así, que al cultivar esta planta su producción estará encaminada a promover y sustituir los alimentos poco nutritivos en factores alimenticios, otorgándole al consumidor un servicio de calidad, rico en proteínas, minerales, entre otros valores de la tabla nutricional.

Es por ello que se enfatiza que las condiciones de consumo que han surgido desde el descubrimiento de esta planta permiten el adecuado uso medicinal y nutricional, puesto de esta manera señalan los autores García, Mora, Estrada, & Piñeros, (2016) el efecto de introducir al mercado son mecanismos activos para la exportación “la moringa ha sido ampliamente estudiada en el área de alimentación y medicina humana” (p. 44). De acuerdo a lo expuesto en

el enunciado anterior, es importante conocer los beneficios que puede aportar la implementación de la planta moringa al consumo diario en la ingesta alimenticia, ya que se consideraba que en la antigüedad su utilidad abordaba diferentes áreas, ya sea en el ámbito de la salud, medicina, forraje alimenticio en animales, área industrial; entre otros.

Por lo tanto, en el cultivo de la semilla de moringa su reproducción se puede dar en modo asexual, debido a que por crecer en zonas secas es una especie fuerte y flexible. Además, se debe enfatizar que su radicalización surge en el continente africano y parte del medio oriente lugar de dónde proviene, debido al clima en estos sectores puede ser cultivada en ambiente tropical; es por ello, que en diferentes países de América Latina se ha optado por iniciar con el cultivo de la moringa, con base a sus beneficios medicinales, de igual manera, se considera como un producto que genera grandes ingresos por medio de su venta - consumo y comercialización de forma local e internacional. Está clasificada en 13 especies de planta moringa, sin embargo, la investigación se va a centrar en la especie más utilizada, consumida, producida y distribuida. A continuación, su clasificación:

- Moringa arbórea
- Moringa borziana
- Moringa concanensis
- Moringa drouhardii
- Moringa hildebrandtii
- Moringa longituba
- Moringa oleifera
- Moringa ovalifolia
- Moringa peregrina
- Moringa pygmaea
- Moringa rivae
- Moringa ruspoliana
- Moringa stenopetala

### **2.2.2. Moringa oleifera**

La moringa oleifera ha sido seleccionada científicamente para la realización de múltiples indagaciones y estudios que se han determinado con base a los beneficios que brinda esta planta, ya que, al ser utilizada desde la antigüedad en múltiples factores, aún se busca conocer

más a fondo y científicamente sobre que otros factores positivos se le puede atribuir a su cultivo y producción.

Esta especie de moringa es una de la más conocida, se encuentra radicada en las zonas tropicales, sur tropicales, áridas y costeras de la India; sin embargo, su aplicación e introducción en el continente americano data en el año de 1920, como planta ornamental siendo de tierra flexible y asexual su reproducción se dio adecuada para ser cultivada en los países de América Latina, de igual manera, las investigaciones que se realizaron en consecuencia de conocer la clasificación, lugar de origen e incluso la usabilidad de la planta permitieron su consumo y producción.

Tal es el caso que, señala González Minero, (2018) “la hoja de moringa ha sido utilizada en varios componentes químicos que determinan su funcionabilidad en otros sectores ambientales, por ello, es muy conocida en su área de distribución y ha sido objeto de numerosos estudios” (p. 6). Todo parece indicar, que ha sido considerada una fuente importante para el uso medicinal, alimenticia dirigida principalmente para los animales, teniendo la posibilidad de mejorar el estilo de vida en cada especie, entre estos aspectos, también se ha enfocado en promover la producción de suplementos orgánicos por parte de las grandes industrias, estas variables se han sustentado en factores químicos, agrícolas y botánicos para desarrollar elementos nutricionales con aporte calórico necesarios en la salud.

Cabe destacar, que el árbol de la moringa es rico no solo por sus hojas, sino más bien que se puede encontrar propiedades genéricas, orgánicas y medicinales desde su raíz; esta planta posee una dimensión de 7 a 12 centímetros en altura y de 20 a 40 centímetros de diámetro, sus flores son bisexuales con pétalos blancos, estambres amarillos y perfumados. Además, contiene entre 12 a 25 semillas por cada fruto que produzca.



*Ilustración 1.* Planta de Moringa Oleifera  
Fuente: [Amazón.com](http://Amazón.com)

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

La planta oleífera de la moringa, posee abundantes nutrientes, proteínas, aminoácidos y valores orgánicos que son propiedades derivadas para la salud que tienen la finalidad de combatir las diferentes enfermedades adquiridas por las personas. De esta manera, se analiza las funciones medicinales que posee esta planta, debido a que en diferentes países no se cuenta con un clima adaptado para el sembrío, las empresas han optado por realizar exportaciones, con la finalidad de dar a conocer el producto y demostrar los beneficios alcanzados en el organismo durante el consumo. La comercialización y producción de la moringa se efectúa mediante las empresas latinoamericanas o zonas en donde se puede cultivar la planta, además, no todas las especies de moringa están habilitadas para el consumo humano, es por esto, que la oleífera puede ser consumida y es rica en nutrientes.

### **Hoja de la moringa oleífera – polvo de moringa**

La contextura de sus hojas basadas en diferentes investigaciones científicas realizadas y artículos elaborados para definir y conocer las partes distribuidas en la planta moringa oleífera, mencionan los autores Canett, Arvayo, & Ruvalcaba, (2014) las variaciones que se determinan en la hoja “equivalen a las dimensiones de tamaño, densidad y color; para ello, han sido definidos como 20 cm de largo, de 1 a 2 cm de ancho y su color natural verdoso” (p. 38). En síntesis, el tamaño de la hoja de moringa será necesario de evaluar para estipular la cantidad de polvo que se podrá adquirir al momento de realizar la conversión del producto en suplementos o recursos naturales para la industrialización de otros productos comerciales.



*Ilustración 2.* Hoja de moringa oleífera

Fuente: pensalibre.com

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Las empresas que se han encargado de producir y exportar la planta oleífera, están encargadas de realizar planes de venta que les permitan darse a conocer en el mercado internacional, demostrando los beneficios propuestos en el consumo simultáneo de este



producto, ya que cabe recalcar, que este árbol se produce en zonas áridas y tropicales siendo casi imposible para países de clima frío cultivarlo, optando por realizar importaciones. Por lo tanto, es imprescindible mantener cuidado en los envíos y permitir que se encuentre en un ambiente cálido para su crecimiento y a partir de ello se la pueda comercializar incluso convertirla en recurso nutricional, agrícola e industrial. Las frutas son vainas de color pardo, de tres lados, se clasifican por su tamaño que equivale al 20 y 45 de centímetros en su largo; la función que cumple el fruto de la moringa oleífera, ya que tiene una funcionalidad nutricional.

### **2.2.3. Situación comercial de Ecuador**

El Estado ecuatoriano se ha caracterizado por ser un país donde destacan los productos de exportación, es decir, que desde años atrás se realiza la comercialización, distribución e industrialización de productos naturales y orgánicos para la venta internacional, generando plazas laborales, oportunidades en las relaciones bilaterales entre países y empresas, además de un crecimiento notable en los porcentajes adquiridos mediante las ganancias al exportar un producto con la marca ecuatoriana.

Es importante, además, analizar los factores que están encaminados a la comercialización de nuevos productos en el mercado internacional, ya que se conoce que el Ecuador presenta un clima adecuado (tropical) el cual permite la reproducción y acceso al cultivo de múltiples productos para ser exportados en empresas internacionales debido a que, para iniciar con este procedimiento se debe analizar los parámetros, reglamentos y controles relevantes de cada país para la venta un producto.

De acuerdo a las publicaciones realizadas por el portal digital del Banco Central del Ecuador (2019), indica en su reporte publicado en el mes de Julio hubo un gran incremento en la producción y exportación de materia prima, siendo una ventaja para la comercialización internacional realizada por Ecuador. No obstante, para este período comercial en lo que queda del año actual (2019) se prevé de que las ganancias adquiridas en el país mediante el comercio exterior, presenten un crecimiento notable en la producción nacional que se exporta al mercado internacional, con el objetivo de mejorar la economía y las relaciones bilaterales que se han establecido con diferentes países que adquieren los productos ecuatorianos, debido a su calidad en materia prima, accesibilidad al momento de comercializar los productos y facilidad de constituir alianzas.

En referencia a lo expuesto, se expone la balanza comercial de exportaciones efectuadas de los meses de enero y julio del año 2019, presentada por Ecuador.

Tabla 2

*Exportaciones realizadas por Ecuador*

<b>Balanza comercial</b>				
<b>Exportaciones no petroleras – no tradicionales</b>	<b>Enero – Julio 2019</b>			
	<b>TM</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>	<b>Partic.</b>
		<b>USD FOB</b>	<b>Unitario</b>	<b>en valor</b>
<b>Flores naturales</b>	95.9	555.5	5,790.4	7.2%
<b>Frutas</b>	56	60.5	1,084.6	0.8%
<b>Extractos y aceites vegetales</b>	149	103.9	698.8	1.3%
<b>Químicos y farmacéuticos</b>	48	80.3	1,668.2	1.0%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2019)

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

En este caso, para determinar la situación comercial de Ecuador en el marco de la economía internacional es imprescindible analizar las ganancias adquiridas a partir de los convenios establecidos con diferentes países que pertenecen a la Unión europea (UE) y otras organizaciones independientes que han desarrollado vínculos comerciales para adquirir materia prima; entre estos países se destacan España, Italia y Alemania, además de Suiza como estado independiente. Sin embargo, al constituir relaciones comerciales entre nuevos exportadores es requisito esencial que las pequeñas y medianas empresas (mipymes) jueguen un papel decisivo al asegurar alianzas de producción, participando activamente en ferias de negocios para darse a conocer a nivel empresarial y permitir el crecimiento comercial del equipo negociador entre las mipymes y el mercado exportador.

Para que los diferentes países puedan adquirir, producir y distribuir productos y servicios ecuatorianos la clave principal es asegurar su lugar en el gusto e interés del consumidor, ya que se considera una ventaja para cerrar las negociaciones internacionales e iniciar con el proceso de comercialización. Por lo tanto, al plantear un intercambio bilateral en las exportaciones ecuatorianas es fundamental que la producción sea de calidad.

En el comercio internacional de la producción ecuatoriana basada en productos como flores, extractos naturales y alimentos se establecen los recursos, valores y el nivel de vida de la sociedad; es así que las empresas optan por la necesidad de comprar o adquirir mercancías para la comercialización, debido a que el país de procedencia no puede producir el servicio y realiza vínculos con otros estados que le brinden accesibilidad de obtener la mercancía, exportarla, distribuirla, legalizarla a través de empresas registradas y finalizar con su venta.

Las plantas medicinales utilizadas como materia prima para exportación comercial, les permiten a los distribuidores establecer vínculos bilaterales con las mipymes para la producción y venta de este producto de origen tropical, obteniendo propiedades nutritivas esenciales en la salud. En base a ello, las empresas internacionales han optado por adquirir productos que es enfocados a cuidar el estilo de vida de las personas, considerando la planta oleífera esencial para sustituir alimentos no saludables, obteniendo de la producción una gama de servicios beneficiarios a los consumidores directos e indirectos, contribuyendo a la buena alimentación, salud, estilo de vida, protección nutricional, entre otros aspectos que se alcancen del compromiso comercial para la satisfacción de los clientes.

#### **2.2.4. Mercado comercial suizo**

El país de Suiza, se encuentra ubicado en el centro de Europa, actualmente cuenta con una economía activa que le permite realizar convenios bilaterales con diferentes estados para establecer en su mercado productos que incentiven el cuidado ambiental, nutricional y la seguridad alimentaria de cada uno de sus ciudadanos. Es por ello, que las empresas han realizado un plan logístico de sostenibilidad que permita la seguridad alimenticia a partir de los productos que sean exportados, para su almacenamiento, tratamiento, producción, venta y consumo.

Suiza al estar situada en parte de Europa Occidental, se encuentra entre uno de los estados más pequeños de los que conforman a Europa, cuenta con una población aproximadamente de 8.542.323; es decir tiene una densidad de 207 habitantes por kilómetro cuadrado en su población. Su moneda se destaca por ser el Franco suizo, ya que presenta una economía global y se posiciona en el número 20 del Producto Interno Bruto (PIB), con una deuda de 42,64% y el per cápita es de 18.140€ euros por ciudadano.

Los valores estimados con el Producto Interno Bruto demuestran ser un indicador positivo para estimar el estilo de vida y el nivel económico que posee un país como Suiza, esta cifra

supone que sus habitantes poseen uno de los mejores salarios y más altos del mundo. Información económica detallada del PIB de Suiza en el primer trimestre del año 2019 a precios de mercado y per cápita.

Tabla 3

*Precios de mercado (PIB)*

<b>PIB Trimestral a precios de mercado 2019</b>			
Fecha	PIB Trimestral	Var. Trim. PIB (%)	Var. Anual PIB Trim. (%)
II Trim 2019	154.961 M. €	0,3%	0,3%
I Trim 2019	153.561M. €	0,4%	0,8%

Fuente: (datosmacro.com, 2019)

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Tabla 4

*Per Cápita (PIB)*

<b>PIB Trimestral Per Cápita 2019</b>			
Fecha	PIB Trim Per Cápita	Var. PIB Trim Per Capita	Var. Anual PIB
II Trim 2019	18.140 €	0,9%	4,5%
I Trim 2019	17.976 €	0,8%	3,9%

Fuente: (datosmacro.com, 2019)

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

De acuerdo a lo expuesto en la tabla presentada, se determinan los valores del mercado suizo en relación a su Producto Interno Bruto (PIB), permitiendo destacar que la economía de este país asienta factores elevados de ingresos para realizar exportaciones e importaciones de servicios y productos que contribuyan al bienestar de los habitantes; los valores económicos del sueldo básico de este país les permite mejorar sus condiciones de salud, vida y seguridad social, accediendo al consumo general de los productos posicionados en el mercado.

Con el objetivo de analizar la situación comercial de Suiza, el portal digital de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO) considera que

es importante la reducción y el cuidado alimentario de la población, optando por el consumo de productos que permitan mejorar la salud, nutrición, sanidad animal y la gestión del agua; sin embargo, para promover la comercialización de nuevos productos elaborados a base de recursos naturales se debe presentar el equilibrio entre la accesibilidad y la aceptación del servicio por parte de los consumidores.

Por lo consiguiente, manifiestan Quezada Rueda & Villalva Pico, (2017) la base de examinar la actividad que cumple el consumidor “adquiere o compra productos dependiendo de sus necesidades, involucrando diversas transacciones productivas” (p. 15). Para entender la posición que el consumidor presenta en Suiza ante los productos de carácter nacional frente a los extranjeros, es indispensable que la marca proveniente del servicio de distribución alimentaria se identifique claramente al adquirir el producto, esta estrategia permite que los compradores expresen su aceptación de consumir la producción exportada, primando la calidad de las marcas, logrando además atribuir una imagen empresarial posicionada en el mercado suizo.

Al respecto, el sector industrial debe adoptar nuevas medidas que les permitan extender el desarrollo productivo para producir oportunidades en el mercado, a partir de la aplicación de estrategias comerciales que estén enfocadas en mejorar las relaciones internacionales, economía y abrir rutas de oportunidades en los diferentes ámbitos; no obstante, al delimitar los servicios de consumo alimenticio, es fundamental destacar que Suiza es un país que se preocupa por la salud, alimentación y seguridad de sus habitantes, por ende, para establecer alianzas comerciales se deben analizar las brechas de competitividad, países competidores y métodos de acceso en materia prima.

En caso contrario de que los productos que sean adquiridos por el mercado no alcancen la demanda esperada por las empresas nacionales – internacionales se debe proceder a retirar el producto, debido a su poca aceptación por parte de los consumidos, por estos factores de sostenibilidad es que el país se caracteriza de otros estados, ya que su principal motivación es cuidar del bienestar y seguridad de sus habitantes.

De manera semejante en el informe comercial elaborado por la Secretaria de Estado de Comercio en Suiza se menciona que el país ha optado de eliminar el valor arancelario empleado en las exportaciones de productos alimenticios de nivel básico, esto se establece con la finalidad de fortalecer el crecimiento de la industria alimentaria y nutricional para mantener la

sostenibilidad del producto, ya que al importar la planta moringa oleifera para la producción de suplementos se contribuye al cuidado de la salud, además la economía permitirá sustentar sus bases a partir de la mejora económica, permitiendo de esta manera posicionarse en el mercado, orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores y cumplir con su rol protagónico para el sector productivo, formando alianzas entre empresas nacionales e internacionales con el objetivo de contribuir a la materia prima.

En definitiva, los distintos tipos de actividades de negocio que involucren a la producción de moringa oleifera les permitirá a las empresas obtener acceso al mercado en sectores públicos y privados, debido a que la exportación de plantas naturales se realiza para dar a conocer los beneficios que puede aportar al ámbito de salud. Sin embargo, al determinar las enfermedades que pueden ser curadas a partir del uso, consumo y distribución de la moringa, el estado de Suiza pasará a ser un país más preocupado por el bienestar de sus ciudadanos.

Suiza se ha encontrado en lo que va del presente año (2019) en realizar múltiples importaciones debido a su gran poder adquisitivo en sus principales mercados nacionales, los productos se destacan por la calidad, valor y nivel de competitividad, esto se debe a que las empresas optan por comprar productos de otros países si demuestran que son productos saludables y de calidad. A continuación, se detallan los productos importados por Suiza para la comercialización directa en lo que va del año 2019.

Tabla 5

*Importaciones Suiza*

<b>Importaciones realizadas por Suiza</b>	
Oro, Platino en bruto y polvo <b>(26%)</b>	Medicamentos <b>(7.1%)</b>
Aceites de petróleo o mineral <b>(1.6%)</b>	Alcohol etílico <b>(3.4%)</b>
Cobre refinado y aleaciones de cobre <b>(0.89%)</b>	Alimentos orgánicos <b>(2,5%)</b>

Fuente: oec.world.com

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

En consecuencia, es Ecuador quien se destaca como anfitrión para la distribución del polvo de moringa oleifera, ofreciendo la calidad de lo natural y orgánico del producto por su composición y valor agregado en vitaminas, minerales, micronutrientes, aminoácidos

triptófano, entre otros. La necesidad de comprar el polvo de moringa oleifera es debido a la fuente de nutrientes que la convierten en una planta de medicina tradicional que puede combatir cualquier tipo de enfermedad con solo consumirla, disminuyendo el riesgo de padecer enfermedades y accesible ante su precio monetario, siendo especialmente lucrada por las empresas industriales para su explotación química.

### **2.2.5. Plan de exportación**

El plan de exportación debe ser empleado por las pequeñas y medianas empresas para poder alcanzar el éxito en el mercado comercial, por lo tanto, es fundamental que al desarrollar un plan de exportación se realice un análisis interno y externo de la organización, que le permita a la empresa alcanzar o cumplir con las metas y propuestas planteadas a corto o mediano plazo. Esta proyección va a determinar el tiempo de disposición, duración de la propuesta empresarial y la idea estructurada del plan propuesto.

Por lo tanto, en el desarrollo del plan de exportación, la empresa Frutas Selectas (Frutsesa S.A.) podrá implementar estrategias comerciales para darse a conocer en el mercado, logrando cumplir con los objetivos propuestos en la organización. Antes de iniciar con el estudio de rentabilidad, es indispensable analizar a los consumidores, proveedores, compradores y las metodologías a aplicarse que permitan obtener el financiamiento de emprender con el plan de exportación de un producto.

En este caso, la industrialización del polvo de moringa consiste en producir en el mercado un producto que permita satisfacer las necesidades de los consumidores, cumplir con los factores propuestos en beneficio de la salud; esto hace énfasis, aquel país de Suiza se preocupa por el bienestar, el cuidado nutricional la protección animal y el cuidado ambiental y del agua, es por ello que al establecer en la mente del consumidor este producto, lo va a adquirir por su calidad de consumo.

La producción del suplemento polvo de moringa oleifera le permitirá a la empresa Frutsesa S.A., ser la primera organización comercial en realizar la exportación de la planta natural a territorio internacional, ya que por medio del desarrollo del plan de negocios se podrá determinar el nivel de aceptación por parte de los consumidores internacionales, con la finalidad de una vez posicionada la marca en el mercado exterior, realizar nuevos convenios y producir otros servicios comerciales que brinde la empresa.

## 2.2.6. Análisis PEST

En el desarrollo del análisis Pest se debe tener presente el entorno externo de la empresa, permitiendo determinar los factores políticos, económicos, sociales (culturales) y tecnológicos que afectan a la efectividad, desempeño y calidad de cada miembro en la organización, por lo tanto, la tabla expuesta a continuación, está encaminado a sustentar la información planteada en la presente investigación para dar a conocer los factores observados en el contexto de exportar el polvo de moringa oleífera al mercado suizo.

Tabla 6

*Análisis PEST*

<b>P</b> <b>(Político)</b>	<b>E</b> <b>(Económico)</b>	<b>S</b> <b>(Social)</b>	<b>T</b> <b>(Tecnológico)</b>
Política ecuatoriana prioriza los sectores estratégicos del mercado comercial.	Las importaciones en Ecuador son mayores a las exportaciones que realiza el país.	Al realizar la exportación del polvo de moringa al mercado suizo, al ser un producto natural será de interés en el consumidor.	Equipos y maquinarias industriales para la conversión a polvo.
Generar materia prima, para incentivar a la producción del polvo de moringa oleífera y exportarla al mercado internacional.	La Balanza Comercial ecuatoriana detalla los valores adquiridos a partir de las exportaciones petroleras - no tradicionales	Suiza, al no contar con un clima adecuado para la producción de moringa, la empresa Frutsesa ha optado por realizar vínculos comerciales con empresas de Suiza.	Posicionar en el mercado internacional el producto mediante publicidad en internet.
La aplicación de convenios internacionales, le permitirá a Ecuador establecer relaciones bilaterales con la Unión Europea para su desarrollo económico.	Los créditos bancarios ofertados para las mipymes, permite a las empresas emprender nuevos negocios en beneficio de la economía ecuatoriana.	Al ser un producto comestible natural, no perjudicará a la salud de los ciudadanos de suizo y tampoco va a contaminar el medio ambiente, siendo idóneo para su comercialización.	Dar a conocer a la empresa Frutsesa, a través de publicaciones en portales digitales.

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



### 2.2.7. Matriz FODA

Para la elaboración del FODA es fundamental realizar un análisis interno y externo de la empresa, ya que mediante su desarrollo se podrá analizar la situación comercial, diagnóstico y planificación del negocio que se va a efectuar para obtener un plan de marketing efectivo, que permita cumplir con los objetivos de la empresa.

Tabla 7

*Matriz FODA*

---

<b>Análisis de la situación interna</b>	
<b>Fortalezas:</b>	<b>Debilidades:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Accesibilidad a la producción del polvo de moringa oleífera.</li><li>• Este suplemento puede combatir enfermedades como: el cáncer, diabetes, hipertensión e incluso la desnutrición.</li><li>• Su consumo no posee restricciones de edad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Carencia de información nutricional sobre los beneficios del producto.</li><li>• Limitaciones comerciales para la producción y venta del producto en el mercado extranjero.</li><li>• Altos valores económicos para realizar la exportación del polvo de moringa al mercado suizo.</li></ul>

---

<b>Análisis de la situación externa</b>	
<b>Oportunidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ser una de las primeras empresas en realizar la venta del polvo de moringa al mercado internacional.</li><li>• Realización de nuevas alianzas comerciales con empresas extranjeras.</li><li>• Clima adecuado para el cultivo, producción y venta del polvo de moringa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento del proceso y documentación reglamentaria para el envío de mercancía.</li><li>• Nuevas competencias a establecerse.</li><li>• Factores climáticos que impidan al producto llegar a su destino.</li></ul>

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **2.2.8. Logística de exportación**

Para cumplir con las normas establecidas en el acuerdo monetario realizado entre Ecuador y la Unión Europea se han determinado los factores técnicos y legales para el ingreso libre de productos al estado de Suiza, entre la actividad de poder acceder al mercado internacional de los países de la UE. Las empresas cuentan con un privilegio arancelario en materia prima con un 0% de valor en aduana, facilitando el ingreso de los productos al mercado, aumentando la economía nacional e internacional y promoviendo la participación activa de nuevas empresas convenios bilaterales en beneficio de la producción nacional.

Además, es conveniente que la empresa establezca un plan de logística para llevar a cabo el cumplimiento de funciones comerciales, con base a esto indican Quezada Rueda & Villalva Pico, (2017) la importancia de que las empresas apliquen la segmentación “al analizar el mercado nacional y su producción se debe realizar una división informativa que proporcione datos significativos relacionados con las preferencias de los consumidores” (p. 15). En relación a las implicaciones manifestadas por los autores, para cumplir con la exportación de productos agroalimentarios es importante que la materia prima este segmentada en la lista de aprobación de acuerdo a los alimentos que se pueden distribuir en el marco internacional; a causa de esto, las empresas nacionales deben cumplir con los requisitos y reglamentos estipulados en acuerdos comerciales con el objetivo de alcanzar su salto definitivo en sectores de la industria alimentaria, aprovechando las ventajas climáticas y geográficas de Ecuador al establecer alianzas con organizaciones externas en beneficio del ámbito financiero, político y sustentación laboral.

Las normas aduaneras están diseñadas para mejorar los vínculos comerciales entre nacionales, por ello, Ecuador y la Unión Europea (EU) establecen el acuerdo de Ingreso Comunicatorio 7 estipulado en base a las reglamentaciones del CEE con N° de registro 2913/92 del Consejo DO L-253 de 11/10/1993 y el acuerdo del EFA permitiendo que los productos de marca nacional puedan ingresar a países que formen o no parte de la UE, con la finalidad de promover la economía. Es decir, esta regulación establece el libre acceso aduanero de productos y servicios que fomenten el comercio internacional entre países terceros, además de garantizar las prácticas aduaneras uniformes y transparentes en todos los países de la Unión Europea.

## **Procesos arancelarios, documentación reglamentaria y vías de exportación**

Entre las barreras arancelarias se establecen para que el producto posea un valor elevado frente a la dependencia de productos de carácter nacional, la importancia de aplicarle barreras a los servicios que se internacionalizan es proteger al comercio nacional. De igual manera, al implementar limitaciones arancelarias, se instituyen acuerdos comerciales para que haya limitaciones en el producto y así mantener convenios internacionales con estándares de calidad dependiendo del consumo y venta del producto que se vaya a comercializar.

La declaración aduanera de exportación se puede presentar a partir de las siguientes maneras:

- **En la representación directa:** implica la participación de los representantes comerciales que tienen permisos para actuar en nombre de un tercero.
- **En la representación aduanera indirecta:** a diferencia de la directa, este procedimiento implica la participación propia del comerciante o empresa con la entidad portuaria.

Los requisitos que han sido aplicados por el mercado comercial de la Unión Europea se instituye la ley de libre circulación de mercancías estipulada para evitar la discriminación entre productos legalmente importados y su lugar de origen, esto supone que las barreras aduaneras no pueden brindar un servicio distinto a las empresas por preferencias que se le otorgue, salvo el caso de las excepciones estipuladas en el reglamento aduanero de UE si se diera la circunstancia.

- Documento de transportación de acuerdo a la vía que se vaya a utilizar.
- Documento electrónico de la factura basada en la exportación del producto que vaya a realizar la empresa y a que empresa va dirigida.
- Comprobante de pago.
- Acreditación documentada a favor del agente aduanero, debidamente apostillado y endosado.
- Documentación que acredite el valor aduanero de la mercancía o del producto a darse el caso.

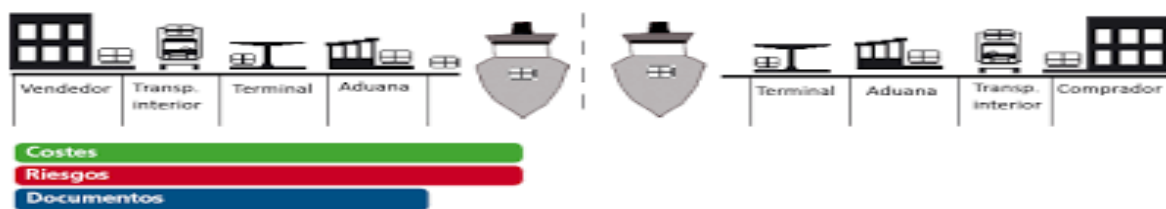
Para realizar la exportación del producto al mercado internacional (Suiza), la empresa Frutsesa S.A. ha decidido realizar la comercializar del polvo de moringa oleifera a través del modo marítimo, debido al factor económico que permite la factibilidad de efectuar su

transportación, por ende, el producto durante el recorrido a cumplir debe cumplir con los controles aduaneros de cada puerto hasta su lugar de destino el encargado de retirar el producto y continuar con el debido cumplimiento de control será el principal responsable de hacer cumplir estos requerimientos de la empresa representante.

- Se ha seleccionado la transportación marítima debido a que se puede exportar en mayores cantidades el producto y por sus bajos costos de envío.

### **Incoterm**

El Incoterm que se va a aplicar para realizar el envío del producto, según la normativa establecida sobre las reglas internacionales de costo y venta, será la regla de negociación FOB (Franco a Bordo), en otras palabras, la empresa que vaya a realizar la exportación será la encargada de coordinar con la agencia receptora el proceso a continuar para cumplir con la venta y entrega de la mercancía. Los parámetros a realizarse por la empresa Frutsesa S.A. consiste en el envío del producto hasta el navío de carga, donde va a ser almacenado y se verificaran los pagos de aduana para la debida entrega.



*Ilustración 3. Incoterm para la transportación*

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

El propósito principal que debe cumplir con las normativas planteadas por el incoterm, están dirigidas a verificar el medio de transportación que se va a utilizar para lograr establecer la vía de distribución y comercialización aplicada por la empresa responsables en el envío de sus productos, no obstante, los términos de exportación deben ser expuestos por las entidades del comercio internacional, contribuyendo al sector productivo en precios accesibles e impulso de relaciones con empresas extranjeras.

### **2.3. Marco contextual**

Ecuador ha establecido un acuerdo para el libre comercio con países que perteneces y aquellos no dependientes de la Unión Europea; entre estas naciones se encuentran los bloques compuestos por: Suiza, Liechtenstein e Islandia, el objetivo principal de establecer convenios

en beneficio de la producción nacional y su entrada a nuevos mercados ya que consiste en impulsar el ingreso de mipymes a efectuar alianzas de negocio, envíos de producción y participación activa en acuerdos de agro exportación. La eliminación de los aranceles le permite a Ecuador desarrollar negociaciones con Suiza, además el fortalecimiento de relaciones bilaterales para fortalecer el sector económico, social, cultural, financiero y político.

El acuerdo de EFTA (Acuerdo Europeo de Libre Comercio) asegura el esfuerzo de negociar productos del territorio ecuatoriano con el estado independiente de Suiza, permitiendo mejorar los procesos de exportación para productos que son limitados en ciertas zonas extranjeras; en este caso, la implementación de un plan enfocado en la comercialización del polvo de moringa oleífera como suplemento nutricional propone establecerse en el mercado para fomentar los negocios de asistencia, calidad de servicios, colaboración en materia prima y la necesidad de incorporar acciones que accedan a la empresa Frutsesa S.A. a constituir relaciones bilaterales con supermercados suizos.

Asimismo, la empresa Frutsesa S.A. dedicada a la exportación de producción de frutas ha optado por incrementar sus áreas de negocio, logrando satisfacer las necesidades comerciales de nuevos mercados con la oportunidad de producir, comercializar, distribuir y abastecer el área industrial con elementos nutricionales que son de difícil acceso para países de clima frío.

La planta de moringa oleífera se utiliza para obtener de su cultivo nuevas propiedades nutricionales y alimenticias que desglosen productos adecuados de ser comercializados, hasta la actualidad, se recolectan porcentajes altos de concentrados naturales en aceite, se pueden determinar a partir de los derivados medicinales de cada producto, aplicados en empresas industriales óleo químicas. Como resultado de la información recolectada de la investigación, se exponen los beneficios que son producidos a partir de la extracción a de la planta de moringa oleífera como cultivo para la comercialización industrial.

De acuerdo a la zona en la cual sea cultivada la planta oleífera habrá variaciones climáticas en el tiempo, en los cuales se podrá adecuar diferentes meses para recolectar esta flor; es decir, que en los ambientes cálidos y tropicales su recolección se podrá dar durante cualquier época del año, sin embargo, en ambientes fríos y densos su producción se dará de acuerdo al cambio climático y estado.

Por ende, para la elaboración del presente estudio investigativo, se ha establecido el mercado comercial suizo, ya que cumple con los estándares económicos, financieros y políticos que se

deben desarrollar durante la formación de alianzas comerciales, a partir de ello, al analizar el mercado extranjero se clasifican las necesidades de producción a las cuales desean acceso las empresas y se construyen acuerdos, reglamentos y acciones que potencialicen estrategias para promocionar la materia prima industrial y agrícola del territorio nacional ecuatoriano.

#### **2.4. Marco conceptual**

**Barreras arancelarias:** han sido determinadas como aquellos impuestos que se le atribuyen a los productos, servicios o bienes que un país vende a otro, al cual se le aplica su debida restricción para ejercer el comercio externo.

**Barreras no arancelarias:** son reglamentaciones que están impiden el ingreso al mercado internacional por parte de diferentes gobiernos, quienes limitan la entrada de productos, bienes o servicios a un país.

**Embalaje:** proporciona a la mercancía su seguridad, debido que a través del embalaje se protege el producto durante su transportación.

**Empaque:** proceso de protección al producto, es decir, consiste en la parte donde se va a guardar el producto que será comercializado, permitiendo que su transportación no genere daños, enmendaduras u otro aspecto que impida la llegada en condiciones óptimas al consumidor.

**FOB:** (Franco a Bordo), se refiere a la vía de transportación que se va a realizar, es decir, el envío se efectuará por ruta marítima.

**Frutsesa:** es una empresa ecuatoriana que se encarga de la producción, comercialización y exportación de productos frescos (frutas).

**Incoterm:** reglas o normativas internacionales diseñadas para establecer las vías de transportación que van a ser empleadas para enviar el producto a exportarse.

**INEN: (Servicio Ecuatoriano de Normalización)** – entidad que se encarga principalmente de coordinar, analizar y permitir que se cumpla el rol de acuerdos, procesos u ordenamientos, con el objetivo de examinar la competencia del sistema nacional para establecer relaciones con otras instituciones, ya que van de la mano con las normas ISO.

**ISO (Organización Internacional de Normalización o Estandarización):** las normas ISO han sido establecidas para asegurar la calidad, seguridad y la normalización de los productos que cada empresa se encarga de producir y distribuir.

**Logo:** se define por ser el diseño gráfico que representa a la empresa, en este caso se va a trabajar con la marca y logotipo de Frutsesa.

**Mercado:** se basa a la actividad que realiza una empresa para la compra y venta de los productos, puede ser establecido a nivel nacional e internacional.

**Producción:** actividad económica ejecutada en beneficio de crear productos para la venta, siendo importante la implementación de estrategias comerciales que permitan la producción de nuevos servicios.

## **2.5. Marco legal**

(CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008)

### **Sección séptima**

#### **Política comercial**

**Art. 306.-** El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

### **Sección sexta**

#### **Ahorro e inversión**

**Art. 339.-** El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

## **Sección quinta**

### **Suelo**

**Art. 409.-** Es de interés público y prioridad nacional la conservación del suelo, en especial su capa fértil. Se establecerá un marco normativo para su protección y uso sustentable que prevenga su degradación, en particular la provocada por la contaminación, la desertificación y la erosión.

## **TITULO VIII**

### **RELACIONES INTERNACIONALES**

#### **Capítulo primero**

##### **Principios de las relaciones internacionales**

**Art. 416.-** Las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirán cuenta sus responsables y ejecutores.

#### **Capítulo segundo**

##### **Tratados e instrumentos internacionales**

**Art. 417.-** Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución.

(CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI, 2010)

#### **Capítulo II**

##### **De los Órganos de Regulación de las MIPYMES**

**Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.** - El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con



los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

**b.** Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;

**i.** Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES;

## **TITULO IV**

### **DEL FOMENTO Y LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES**

**Art. 93.- Fomento a la exportación.** - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

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

(REGLAMENTO DEL AL TÍTULO FACILITACIÓN ADUANERA DEL CÓDIGO DE PRODUCCIÓN, 2011)

## **Sección II**

### **Regímenes de exportación**

#### **Subsección I**

#### **Exportación definitiva**

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

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

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizado de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

## **NORMAS ISO EN RELACIÓN A LA APLICACIÓN DE PALLETS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

- Norma ISO 445 – dirigida a los pallets que consisten en la manipulación de materia prima en relación a ciertos materiales de producción.
- Normas ISO 3394 – direccionados a la transmisión de transportación en paquetes rectangulares, con la finalidad de acceder al proceso emitido en la producción de materia prima.
- Normas ISO 12777-1 – Acceso de pallets para la asistencia de transportación adecuada, mejorando la accesibilidad del vendedor y comprador al momento de efectuar la manipulación de productos en el mercado, ya que esta norma cumple con los estándares de extracción, asistencia y resistencia de las paletas a implementar.
- EUROPALET – aplicada en el proceso de transportación internacional permitiendo al usuario remitir productos con una carga de máximo 1.000 kg, además de cumplir con las respectivas medidas a emplear por cada puerto de recepción.
- ISOPALET – cumple con las reglamentaciones planteada en el marco internacional de la producción de materia prima.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Metodología o enfoque de la investigación

La metodología expuesta en el presente estudio, ha sido delimitada mediante el enfoque de investigación mixto, permitiendo analizar, relacionar y vincular datos significativos expuestos en el trabajo; es decir, se aplican procedimientos cualitativos y cuantitativos a través de la aplicación de métodos, técnicas y herramientas para obtener información que demuestre la veracidad en la hipótesis planteada a partir de ello, se explica el diseño investigativo abordado durante el desarrollo de la investigación.

##### 3.1.1. Diseño cualitativo

La aplicación del enfoque cualitativo permite describir la problemática presente en la investigación, identificando de esta manera las causas y consecuencias que conllevan a generar un fenómeno de estudio; sin embargo, este tipo de metodología analiza la aplicación de herramientas que accedan a la recolección de datos informativos que brinden soporte crítico y válido al trabajo de investigación.

Por lo tanto, en el presente estudio se va a implementar el diseño cualitativo con la finalidad de establecer procesos de investigación que demuestren la importancia de exponer argumentos, conceptos y definiciones en relación a la hipótesis o premisas que se hayan planteado, de esta manera se adquieren posibles respuestas que sustenten la problemática para la aplicación de posibles soluciones.

A partir de las argumentaciones tratadas, es importante definir que durante el desarrollo del trabajo se ha seleccionado la información necesaria para demostrar la necesidad de realizar la exportación de nuevos productos a mercados internacionales, permitiendo mejorar las relaciones comerciales de Ecuador con Suiza en este caso, ya que al recolectar datos se demuestra el nivel de cuidado ambiental y nutricional que este país presenta a su población, siendo favorable el proceso de exportación del polvo de moringa oleífera al mercado suizo.

### **3.1.2. Diseño cuantitativo**

Este proceso de investigación se establece mediante la conversión de información a datos cuantificables, debido a que para determinar la existencia del problema es fundamental aplicar recursos o herramientas dirigidos a proporcionar cifras de la situación a analizar, por ende, al obtener los resultados numéricos se expone la existencia del fenómeno, además permite sustentar las relaciones entre variables y la veracidad de la hipótesis planteada.

El enfoque cuantitativo va a ser implementado en la presente investigación para obtener valores numéricos y cifras estadísticas a partir de la aplicación de técnicas e instrumentos de análisis, con el objetivo de demostrar la aceptación del producto que se va a exportar al mercado suizo, logrando fundamentar la necesidad de establecer relaciones comerciales bilaterales entre naciones para fortalecer el ámbito social, político, económico y cultural.

### **3.2. Métodos de investigación**

La metodología aplicada en el desarrollo del proceso investigativo está sustentada en los diferentes tipos de estudio que se va a implementar en el presente trabajo, con la finalidad de obtener nuevas conceptualizaciones o significaciones que estén direccionados a demostrar la veracidad de la hipótesis argumentada para generar posibles respuestas o propuestas a la problemática.

Por lo tanto, los métodos están enfocados en proponer conocimientos sustentados en las prácticas científicas (comprobables) y las modalidades de estudio empíricas (a partir de la realidad observada) estas características de investigación se utilizan en relación directa al fenómeno a analizar.

#### **3.2.1. Método científico**

La modalidad del método científico está determinada a partir de los procesos explicativos que debe cumplir el investigador, es decir, analizar las causas y consecuencias que generan la problemática de estudio, por tal razón el campo de acción está sujeta a proponer y obtener conocimientos validos que se adquieren mediante el desarrollo del trabajo.

Su aplicación en la investigación se sustenta en relación a la recolección de datos informativos obtenidos de trabajos similares, demostrando de esta manera el objetivo principal de establecer alianzas comerciales entre países para mejorar la economía, estabilidad financiera

y labora; a partir de este estudio se constituye la relación entre variables demostrando los beneficios que se adquieren al desarrollar un plan comercial de exportación que le permita a la empresa Frutsesa S.A. darse a conocer en el mercado internacional de Suiza con el producto suplemente en polvo de moringa oleifera.

### **3.2.2. Método de síntesis**

Para la elaboración del trabajo se ha seleccionado el método de síntesis debido a que permite reconocer el problema o fenómeno que se va a analizar, logrando obtener información relevante que demuestre la necesidad de implementar planes de acción para alcanzar propuestas, soluciones y resultados en relación a la hipótesis planteada, ya que tiene como objetivo destacar ciertos datos que conlleven al proceso de construir nuevos conocimientos.

No obstante, la aplicación del presente método consiste en seleccionar los datos significativos que se hayan adquirido durante el proceso de investigación, demostrando la viabilidad del tema propuesta en el estudio de realizar un plan de exportación que permita incentivar a las empresas nacionales a producir y comercializar materia prima en nuevos mercados, siendo Frutsesa la empresa encargada de entablar alianzas con el país de Suiza para promocionar la marca, producción y el producto moringa oleifera.

### **3.2.3. Método inductivo**

La inducción de la investigación surge a medida que se analiza la hipótesis planteada en la investigación, es decir, sustentar la viabilidad de desarrollar un plan de exportación que le permita al territorio nacional establecer alianzas con nuevos mercados; mediante la información que se proporcione al demostrar la finalidad del tema propuesto se examinan teorías, conductas y el comportamiento del mercado suizo ante la producción de la empresa ecuatoriana Frutsesa, ya que el objetivo principal es que el producto a exportar se posicione en la mente de los consumidores.

Por lo tanto, su implementación surge al determinar los beneficios que se adquieren en el diseño de una propuesta comercial en el ámbito internacional que permita la producción y distribución del suplemento nutricional elaborado a base de la extracción del polvo moringa.

#### **3.2.4. Método deductivo**

El método deductivo está caracterizado en la investigación debido a que permite obtener conclusiones de carácter lógico en relación a las hipótesis expuestas, ya que permite demostrar la veracidad de la propuesta a implementarse; siendo un factor indispensable en el proceso de analizar, sintetizar y examinar la información obtenida en el presente estudio.

Para la elaboración del presente estudio de investigación se ha seleccionado el método deductivo, debido al análisis que se va a efectuar por parte del investigador para dar a conocer los beneficios que se obtienen de desarrollar un plan industrial que permita la exportación de productos nacionales hacia el mercado de suizo; no obstante, el país de Suiza se ha establecido por el potencial económico con la finalidad de incrementar los convenios internacionales, relaciones bilaterales e ingresos económicos al territorio nacional.

### **3.3. Tipos de investigación**

La actividad sustentada en la investigación para obtener nuevos conocimientos está compuesta en relación a factores científicos que describen la problemática o fenómeno a analizar; siendo fundamental para determinar los procesos aplicados en el desarrollo de la búsqueda de información de acuerdo al nivel de análisis aplicado por el investigador, sustentado los antecedentes del problema, el ámbito contextual y la metodología implementada en la elaboración del trabajo.

#### **3.3.1. Investigación exploratoria**

El proceso de obtener información significativa para sustentar la viabilidad del trabajo se compone del modelo de investigación exploratorio, debido a que permite recolectar datos que proporcionen datos fundamentados de acuerdo al fenómeno de estudio, el desarrollar un plan de exportación comercial que contribuya a la empresa Frutsesa S.A. a establecerse en un mercado internacional, incentivando a las pymes en entablar alianzas comerciales en beneficio adquisitivo de ingresos.

#### **3.3.2. Investigación explicativa**

La recopilación de información que se obtenga en el desarrollo de la investigación permite acceder y demostrar cifras y datos que certifiquen las acciones económicas aplicadas al implementar estrategias comerciales; tal es el caso que la empresa Frutsesa S.A. ha establecido

el mercado suizo porque se ha demostrado mediante los trabajos citados que este país cuida la salud de sus habitantes, el medio ambiente y apuesta por la producción de alimentos y nutrientes naturales.

### **3.3.3. Investigación de campo**

El procedimiento de análisis y recolección de información a partir del método de observación está fundamentado en obtener datos que brinden un aporte significativo a la investigación, con el objetivo de demostrar la realidad de la problemática planteada; es decir, determinar el contexto del fenómeno de estudio, la necesidad al comprobar la hipótesis propuesta en el trabajo, además de evidenciar las oportunidades económicas que se adquieren al constituir alianzas comerciales destacando los productos de preferencia, sostenibilidad y calidad elaborados en el territorio ecuatoriano hacia nuevos mercados comerciales.

Al establecer alianzas comerciales entre Ecuador - Suiza, se debe definir que se ha planteado este mercado debido al nivel económico del país y la necesidad de consumo de alimentos ecológicos, siendo un escenario adecuado para fortalecer las relaciones bilaterales entre estados.

### **3.3.4. Investigación bibliográfica**

En la elaboración de la investigación el paso principal para sustentar la información proporcionada a partir de la utilización de diferentes herramientas digitales consiste en determinar las fuentes o referencias bibliográficas obtenidas, ya que este proceso indagatorio está sujeto a facilitar la accesibilidad de datos relevantes en base al tema a analizar y permite fundamentar su veracidad y confiabilidad al exponer argumentaciones.

Se ha instituido aplicar la investigación bibliográfica con el objetivo de fortalecer los antecedentes de la problemática y que de esta manera contribuya a evidenciar la necesidad de abordar un plan comercial de exportación a partir del polvo de moringa al mercado suizo, ya que se ha podido observar limitaciones industriales de empresas nacionales encargadas de comercializar la producción de moringa oleífera y es partiendo del siguiente enunciado que la empresa Frutsesa S.A. ha optado por ser la protagonista de efectuar planes de negocio para establecer vínculos con entidades internacionales, que le permita posicionar el suplemento alimenticio en el mercado suizo.

### **3.4. Técnicas de investigación**

Las técnicas empleadas en la investigación consisten en procesos metódicos que están enfocados en el desarrollo de diferentes elementos que permitan la obtención de respuestas o soluciones mediante la implementación de encuestas, dirigidas a una población determinante que exponga argumentaciones a partir de respuestas cerradas; la encuesta, que está dirigida a los expertos de la investigación y adjunto a las técnicas el método de observación, recalando información relevante adquirida del contexto o entorno del fenómeno o estudio a analizar para el presente trabajo.

#### **3.4.1. Encuesta**

La encuesta se caracteriza en la investigación por ser la técnica que permite la recolección de información a través de recursos aplicados que están direccionados a sustentar dudas en relación al tema a tratar, en este caso, la herramienta accede a efectuar una serie de preguntas que estén sintetizadas y simplificadas para argumentar de acuerdo a la necesidad del investigador por conocer ciertos aspectos de la problemática; por ende, en el presente estudio se va a implementar la encuesta con la finalidad de conocer las ventajas económicas, comerciales y ecológicas que se adquieren al establecer la producción del polvo de moringa oleífera al mercado suizo, por parte de la empresa Frutsesa S.A. al posicionarse en el mercado internacional. No obstante, cabe destacar que la encuesta se va a aplicar a través de un formato de preguntas dirigidas a los empleados de la red de supermercados Coop. Sz, mediante la contratación de una empresa que se va a encargar de establecer las conexiones de aplicación.

#### **3.4.2. Entrevista**

A diferencia de la encuesta, el desarrollar un formato de entrevista está enfocado en establecer un dialogo entre el investigador y los expertos, para solventar, adquirir y destacar información relevante del tema de estudio; este proceso comunicacional cumple con la función de ejercer una conversación interrogativa en el cual las preguntas deben estar elaboradas correctamente evitando causar desinterés o datos de respuesta cerrada ante la incógnita planteada, por ende, se va a utilizar una guía de preguntas encaminadas a los expertos.



### **3.4.3. Observación**

Analizar la problemática de la investigación, enfocando el estudio a la obtención de datos significativos que estén direccionadas a demostrar la comprobabilidad de la hipótesis propuesta por el investigador, ya que al exponer la situación que se ha observado, es que se establece el estudio y, por ende, es necesario proponer soluciones y posibles respuestas ante la situación a analizar.

### **3.5. Instrumentos de investigación**

Los instrumentos son procedimientos que se derivan de las técnicas de investigación, explicado de otra manera, están delimitados por ser recursos que le permiten al investigador procesar la información a partir de la utilización de formatos, guía o escalas diseñadas con la finalidad de recolectar datos significativos de la problemática, logrando la accesibilidad de demostrar y comprobar el presente estudio.

#### **3.5.1. Guía de observación**

La guía de observación consiste en la elaboración de un formato técnico diseñado para destacar datos relevantes analizados por el investigador, permitiendo conocer el nivel de aprobación de la muestra que va a ser seleccionada para el presente trabajo, por lo tanto, al desarrollar el proceso de recolección de datos se determinan las respuestas del objeto de estudio ante las interrogantes planteadas, evidenciando los beneficios que se obtienen en el comercio nacional la exportación de productos alimenticios que fortalezcan las relaciones comerciales, ya que al examinar el mercado internacional se efectúan valores, acuerdos monetarios, tiempo de espera y otros aspectos que generen sostenibilidad para la empresa Frutsesa S.A. como marca nacional.

#### **3.5.2. Guía de encuesta**

Para el desarrollo de la encuesta es fundamental que el investigador elabore un esquema o planificación de acuerdo a las interrogantes que va a aplicar, este proceso tiene la finalidad de identificar las preguntas cerradas, abiertas y de respuesta múltiple con el objetivo de que cumplan con las expectativas del encuestador. La implementación de la guía en el presente trabajo será direccionada a identificar el nivel de aceptación de los consumidores suizo,

analizar las necesidades expuestas en el mercado internacional y que productos pueden posicionarse. Este formato contará con un total de 10 preguntas.

### **3.5.3. Guía de entrevista**

Formato establecido en la investigación para distribuir las interrogantes que vaya a dirigir el investigador al entrevistado, para ello, las preguntas deben ser objetivas y claras permitiendo que se obtengan respuestas relevantes que brinden información esencial al fenómeno de estudio a analizar, por lo tanto, en la investigación es indispensable contestar ciertas argumentaciones entre estas se destacan para quien va direccionada la entrevista, experiencia o nivel de conocimiento referente al tema y el objetivo principal de demostrar con datos la información a exponer. Este formato contará con un total de 5 preguntas.

### **3.5.4. Escalas de medición**

Las escalas son instrumentos de investigación utilizadas en relación a la organización de información que se vaya a obtener del encuestado, ya que el formato de encuesta contiene una serie de interrogantes que deben contestar a incógnitas simples para beneficio y comprobación de la hipótesis propuesta por el investigador, a partir de esta argumentación se establece la utilidad de implementar escalas a las opciones de respuesta por parte del encuestador direccionada a la muestra a estudiar.

### **3.5.5. Escala de Likert**

La escala de Likert es un instrumento de medición que se aplica en la investigación para conocer el nivel de aceptación o satisfacción de las personas en relación al fenómeno a estudiar, es decir, debe estar elaborada de acuerdo a las interrogantes planteadas en el cuestionario de encuesta, siendo opciones elegidas por el encuestado, permitiendo evaluar la opinión respecto al tema del presente trabajo. El formato de encuesta está dirigido al público suizo, el cual debe exponer a través de respuestas de medición la aprobación en adquirir, comercializar, distribuir y consumir un suplemento alimenticio nutricional (polvo de moringa oleifera).

### **3.5.6. Escala nominal**

El instrumento de medición básico está enfocado en la acción de respuesta simple, siendo aquella que identifica un objeto en particular. Por lo tanto, va a ser aplicada de manera conjunta

al formato de encuesta a utilizar, debido a que le permite al encuestado seleccionar elementos que evalúan la igualdad ante la interrogante, generando contradicciones ante posibles opciones.

### **3.6. Población y muestra**

#### **3.6.1. Población**

Suiza es un estado independiente, pero que forma parte del continente europeo; es decir es un país europeo que no pertenece a la UE, tiene aproximadamente un total de 8 millones de habitantes, el factor económico lo convierte en uno de los mejores países para establecer relaciones comerciales, ya que ocupa el número 4 en el ranking del PIB per cápita de acuerdo a lo publicado en el portal digital (datosmacro.com, 2019). Por ende, al establecer un segmento de 1120 trabajadores de la red de supermercados Coop. Sz en suiza, para determinar la muestra.

#### **3.6.2. Muestra**

Se ha establecido utilizar la muestra debido a la cantidad de población que se va a estudiar, es por ello, que este proceso permite obtener una segmentación reducida para ejecutar la aplicación de encuestas y obtener respuestas que contribuyan a demostrar los beneficios y ventajas que se adquieren de establecer relaciones comerciales bilaterales entre Ecuador – Suiza, además de proporcionar datos direccionados a proponer un plan de exportación del polvo de moringa oleífera al mercado internacional (suizo). Tal es el caso, que se ha constituido un total de 1120 trabajadores de la empresa Coop. Sz (red de supermercados) de los cuales se debe proceder a aplicar una fórmula estadística que acceda a delimitar la muestra a estudiar.

#### **Fórmula para sacar muestra:**

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$

#### **Dónde:**

**N** = total de la población (segmento de 1120 trabajadores – red de supermercados en Suiza)

**Z** = 1.96 al cuadrado (95% de confianza)

**p** = valor de proporción esperada a obtener (5% = 0.5)

**q** = probabilidad en contra (0,5)

**e** = error de estimación (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (1120)}{(0,5)^2 (1120 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

**n** = 286 encuestas dirigidas a los trabajadores de la red supermercados de Suiza.

Tabla 8

*Obtención total de la muestra*

<b>Detalles</b>	<b>Población</b>	<b>Caracterización</b>
<b>Encuestados</b>	286	Trabajadores - supermercado de suiza
	1	Gerente de Comercio Exterior (Frutsesa S.A)
<b>Entrevistados</b>	1	Gerente general (Frutsesa S.A.)
	1	Gerente de producción (Frutsesa S.A.)
<b>Total</b>	289 personas forman la muestra a estudiar en el presente trabajo.	

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Análisis e interpretación de los resultados

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DEL SUPERMERCADO COOP. SZ

#### 1. ¿Considera importante la comercialización del polvo de moringa oleifera al mercado suizo?

Tabla 9

*Comercialización del polvo de moringa oleifera*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	147	51,39%
2	En acuerdo	50	17,48%
3	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	40	14%
4	En desacuerdo	29	10,13%
5	Muy en desacuerdo	20	7%
<b>Total</b>		<b>286</b>	<b>100%</b>

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

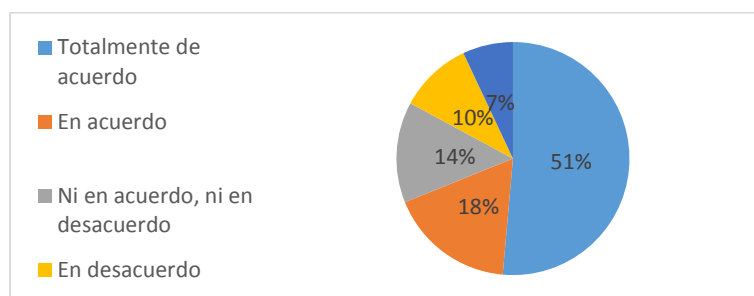


Gráfico 1.

*Comercialización del polvo de moringa oleifera*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

#### Análisis:

Es importante que se comercialice el polvo de moringa oleifera de acuerdo a las tabulaciones proporcionadas en el siguiente gráfico, demostrando que el 51% de los trabajadores del supermercado suizo consideran fundamental que el producto se distribuya en territorio extranjero.

**2. ¿Qué elementos considera fundamental al momento de elegir productos para la comercialización?**

Tabla 10

*Elementos fundamentales para la comercialización*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Precio	42	15%
2	Calidad	200	70%
3	Lugar de origen	20	7%
4	Imagen	24	8%
<b>Total</b>		<b>286</b>	<b>100%</b>

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

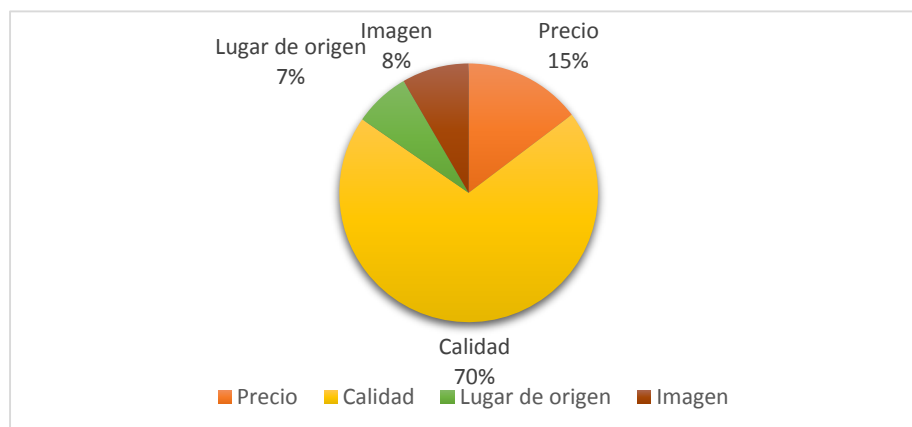


Gráfico 2.

*Elementos fundamentales para la comercialización*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:**

De acuerdo a los datos proporcionados se establece que el 70% de los encuestados consideran que los elementos que vuelven factible el proceso de adquisición de producción se determinan en relación a la calidad del producto; a diferencia del 15% que opto por el precio de venta, mientras que el 8% y 7% se direccionan por la imagen y lugar donde se origine la materia prima.

### 3. ¿Le parece factible para el mercado suizo el proceso de exportación del polvo de moringa oleifera?

Tabla 11

*Factibilidad del proceso de exportación*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	185	65%
2	En acuerdo	95	33%
3	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	6	2%
4	En desacuerdo	0	0%
5	Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>		<b>286</b>	<b>100%</b>

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

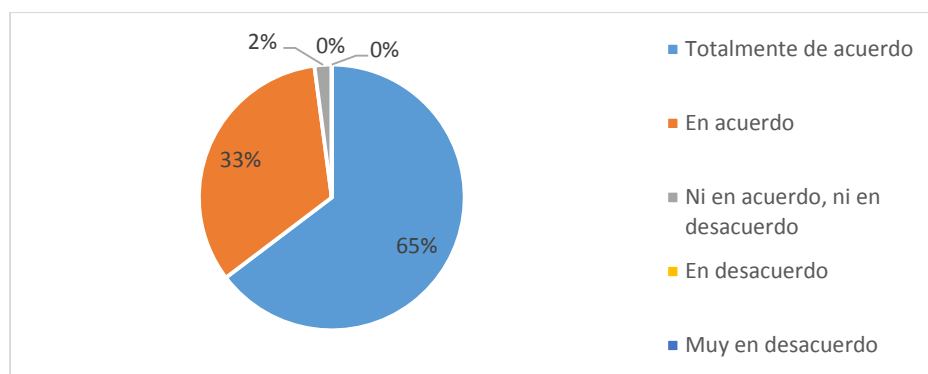


Gráfico 3.

*Factibilidad del proceso de exportación*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

#### **Análisis:**

El 65% de los trabajadores encuestados del supermercado suizo determinan que, si es factible que se desarrolle la exportación del polvo de moringa oleifera a ese mercado comercial, ya que debido a las condiciones de cuidado alimenticio que se originan en el país, además de la protección al medio ambiente y su derivación a los factores ecológicos.

#### 4. ¿Conoce los beneficios nutricionales que se obtienen de la moringa oleifera?

Tabla 12

*Beneficios nutricionales del polvo de moringa oleifera*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Sí	114	40%
2	No	172	60%
<b>Total</b>		286	100%

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

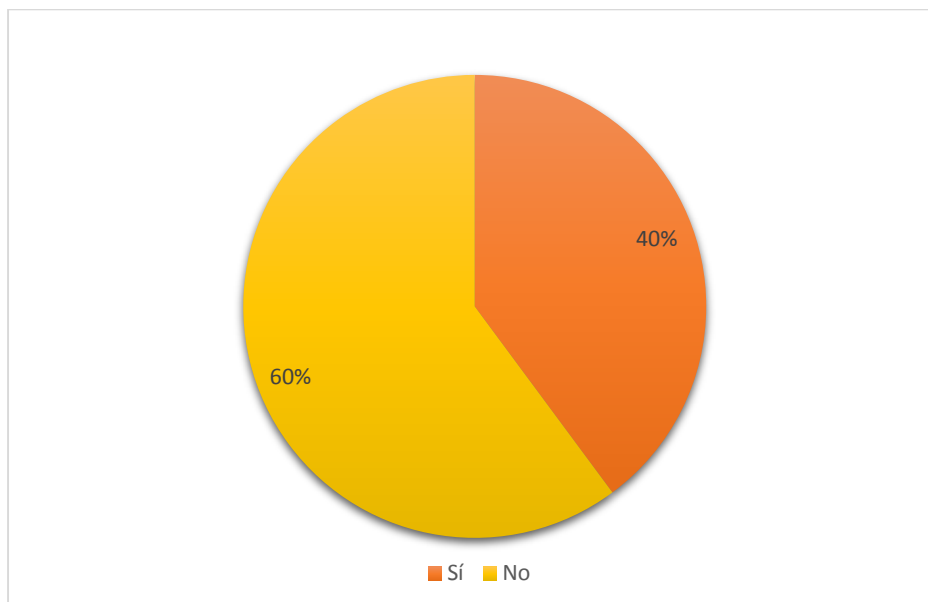


Gráfico 4.

*Beneficios nutricionales del polvo de moringa oleifera*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

#### **Análisis:**

En el siguiente gráfico se puede observar que el 60% de los encuestados no conocen sobre los beneficios que produce el polvo de moringa oleifera, es por ello que, se considera fundamental exponer los factores nutricionales que se pueden adquirir al consumir este producto alimenticio.



**5. Suiza al ser un país preocupado por el sistema alimenticio y el cuidado ambiental, ¿le parece viable el uso de empaques biodegradables para la comercialización del polvo de moringa oleifera?**

Tabla 13

*Uso de empaques biodegradables*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	165	58%
2	En acuerdo	80	28%
3	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	25	9%
4	En desacuerdo	12	4%
5	Muy en desacuerdo	4	1%
<b>Total</b>		286	100%

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

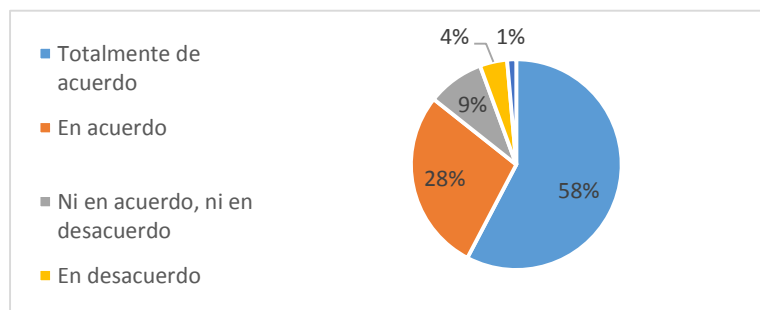


Gráfico 5.

*Uso de empaques biodegradables*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:**

La exportación del polvo de moringa oleifera le permite al mercado ecuatoriano posicionarse en el territorio suizo, ya que debido a los factores nutricionales que se adquieren de la producción están direccionados a mantener el cuidado alimentario en la población, por ende, el 58% de población ha manifestado que les parecería un elemento favorable el uso de empaques biodegradables.

**6. ¿Con qué frecuencia le parecería necesario realizar la compra del polvo de moringa oleifera?**

Tabla 14

*Frecuencia de compra*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Semanal	30	10%
2	Quincenal	66	23%
3	Mensual	180	63%
4	Trimestral	10	4%
5	Semestral	0	0%
<b>Total</b>		286	100%

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

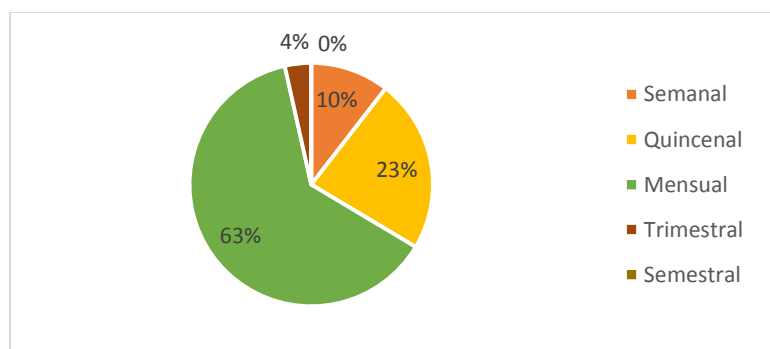


Gráfico 6.

*Frecuencia de compra*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:**

La modalidad de frecuencia con la que el 63% de los encuestados manifiesta que se debe realizar la adquisición de producción del polvo de moringa oleifera es de manera mensual, seguido del 23% que ha optado por la modalidad quincenal, de igual manera el otro 10% se ha direccionado por adquirir el producto semanal. Demostrando que, lo más factible para la comercialización es realizar la compra del producto de forma mensual.

**7. ¿Cree usted que es beneficioso para Suiza tener acuerdos de libre comercio con Ecuador, facilitando el proceso de exportación de moringa oleifera?**

Tabla 15

*Facilidad del proceso de exportación entre Ecuador – Suiza*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	210	74%
2	En acuerdo	30	10%
3	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	23	8%
4	En desacuerdo	17	6%
5	Muy en desacuerdo	6	2%
<b>Total</b>		<b>286</b>	<b>100%</b>

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

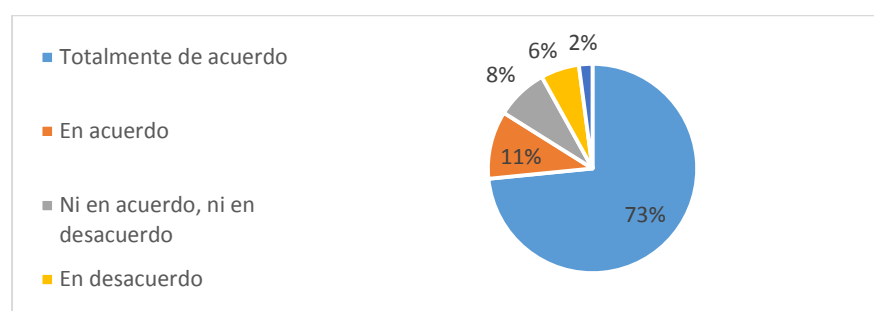


Gráfico 7.

*Facilidad del proceso de exportación entre Ecuador – Suiza*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:**

Ecuador ha establecido acuerdos de libre comercio con Suiza, esto con la finalidad de mejorar sus relaciones bilaterales entre naciones, permitiendo lograr la comercialización de materia prima para el mercado internacional, es por ello que, el 73% de los encuestados están totalmente de acuerdo de establecer el proceso de exportación de materia prima como alimento nutricional en beneficio de la población suiza.

## 8. ¿El precio del producto ecuatoriano a comercializar está conforme al mercado suizo?

Tabla 16

*Precio monetario de la producción*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	138	48%
2	En acuerdo	100	35%
3	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	28	10%
4	En desacuerdo	20	7%
5	Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>		<b>286</b>	<b>100%</b>

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

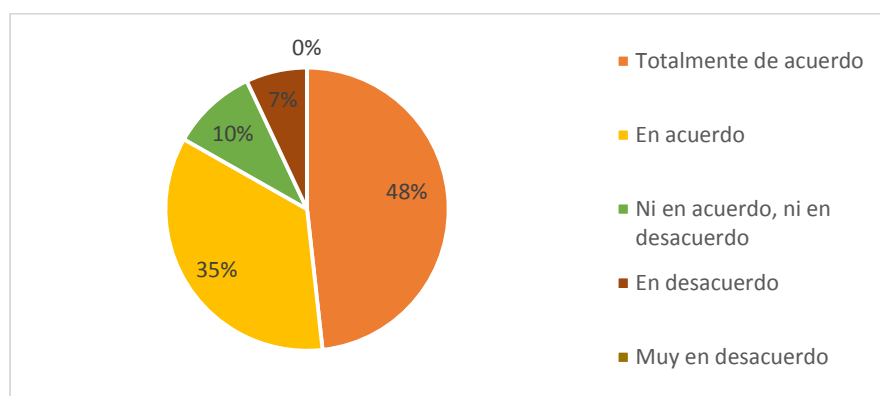


Gráfico 8.

*Precio monetario de la producción*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **Análisis:**

Suiza es considerado uno de los países con mejor nivel económico, por lo tanto, al acceder a este mercado comercial es fundamental manejar precios que permitan a las empresas posicionarse en el mercado, logrando incentivar al comprador a consumir el producto. De acuerdo a lo expuesto en el gráfico, el 48% de los encuestados están totalmente seguros que el valor está conforme al territorio suizo.

**9. ¿Considera beneficioso para la línea de supermercados Coop. Sz, que se efectúen acuerdos para compra de suplementos nutricionales que sean beneficios para la salud?**

Tabla 17

*Producción de la empresa Frutsesa S.A. al mercado suizo*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	186	65,04%
2	En acuerdo	50	17,48%
3	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	50	17,48%
4	En desacuerdo	0	0%
5	Muy en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>		286	100%

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

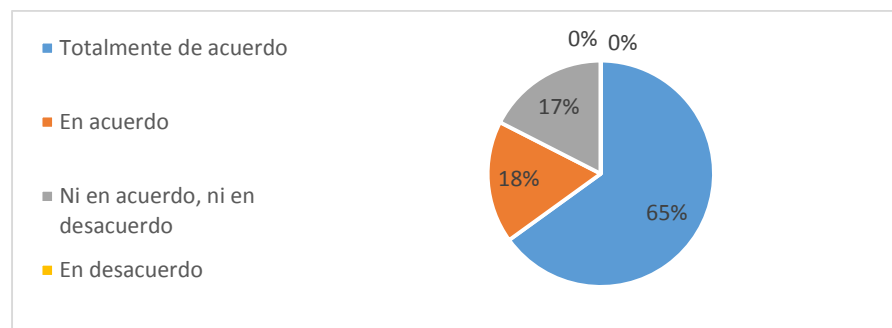


Gráfico 9.

*Producción de la empresa Frutsesa S.A. al mercado suizo*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:**

El 65% de los trabajadores del supermercado suizo manifiestan que si les parece beneficioso que la empresa Frutsesa S.A. haya establecido acuerdos comerciales con supermercados en el territorio extranjero para poder comercializar el producto de moringa oleifera.

**10. ¿Qué oferta de exportación utiliza frecuentemente la red de supermercados Coop. Sz para la compra de productos o materia prima?**

Tabla 18

*Línea de exportación*

Opciones	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
1	Fabricante	166	58
2	Minorista	20	7
3	Pymes	58	20
4	Empresa foránea	42	15
<b>Total</b>		286	100%

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

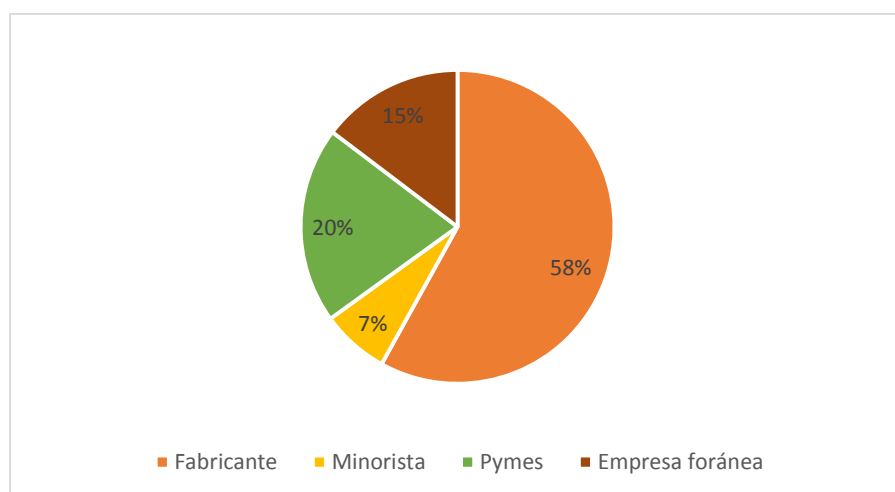


Gráfico 10.

*Línea de exportación*

Fuente: trabajadores del supermercado Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:**

La oferta de exportación que utilizan frecuentemente están consideradas de acuerdo al gráfico en un 58% por medio de los fabricantes, el 20% lo realiza mediante las pequeñas y medianas empresas, mientras que, el siguiente 15% se efectúa a través de empresas foráneas y finalmente el 7% ha optado por los minoristas.

## **ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EXPERTOS DEL TEMA**

**Entrevistador (es):** Cano Katherine & Mora Luisa

**Entrevistado (a):** Daniel Stucker

**Cargo a desempeñar:** Jefe del área comercial de la línea de supermercados Coop. Sz

**Tema:** Exportación de Moringa Oleifera en polvo al mercado suizo.

**1. ¿Ha tenido alguna vez en stock el producto del polvo de moringa oleifera en el supermercado?**

No, en la red de supermercados de la empresa Coop. Sz aún no se ha comercializado productos elaborados a base de moringa.

**2. ¿Estaría usted de acuerdo que el supermercado importara productos ecuatorianos que sustituyan otros tipos de suplementos medicinales?**

Suiza en el año 2016 firmó un acuerdo con Ecuador, desde ese año se empezaron a realizar convenios con empresas ecuatorianas para la comercialización de productos como: banano, suplementos a base de plantas medicinales, aceite de palma, frutas tropicales, entre otros productos. Por lo tanto, considero que si es beneficioso para ambas empresas generar acuerdos de compra y venta.

**3. ¿Cómo califica a los productos provenientes de Ecuador?**

Tienen excelente calidad, muchos son biológicos y no compiten con los productos agrarios. Justamente, para alcanzar al mercado suizo y europeo, los productos deben cumplir todos los exigentes requisitos legales sobre productos alimenticios que se establecen en el acuerdo comercial.

**4. ¿Existe un producto elaborado a base de la moringa proveniente de otro país que se comercialice en el supermercado Coop. Sz?**

No, aún no se comercializan en la red de supermercados Coop. Sz productos que esté relacionados o que hayan sido elaborados a base de este producto de frutos secos.

**5. ¿Qué probabilidad existe de que el producto tenga la acogida esperada por los consumidores suizos?**

Existe una probabilidad del 80% de que sea un producto que genere buena aceptación por parte de los consumidores suizos, debido a que en este país los ciudadanos cuidan mucho de su salud, bienestar físico y por eso los alimentos que consumen deben tener un alto valor nutricional.

**6. ¿La empresa Coop. Sz apoya a las pequeñas y medianas empresas de otros países al querer impulsar un producto saludable y altamente nutritivo como la moringa hacia su mercado?**

Por supuesto, pero las empresas que vayan a exportar sus productos en nuestros supermercados deben conocer el estilo y calidad de vida que llevamos donde es muy importante que la producción coloque en primer plano los aspectos ecológicos y sociales, es decir, la posición de la empresa productora frente al medio ambiente y a los trabajadores, este sería un plus al momento de concertar una negociación.

**7. ¿Si Frutsesa S.A. le ofrece un fruto de calidad la red de supermercados Coop. Sz, se interesaría en hacerlo parte de sus proveedores extranjeros?**

Para que un producto sea importado debe ser de calidad y además cumplir con las medidas saludables requeridas por las autoridades gubernamentales. Y Gracias a los tratados de libre comercio con la UE/AELC/EFTA y otros 40 Estados, las empresas suizas se benefician de ahorros masivos de aduana y de un acceso privilegiado a numerosos mercados de exportación.

**8. ¿Realizaría importaciones de moringa proveniente de la empresa ecuatoriana Frutsesa S.A. con mayor frecuencia?**

Por supuesto, al momento de importar productos provenientes de otros países se realiza un estudio de negocios, de materia prima sustentable, de ventas para saber qué viabilidad financiera tendrá y el nivel de acogida que tendrá por parte de los consumidores. Por lo tanto, si se logra cumplir con los estándares establecidos en los acuerdos comerciales entre Ecuador y Suiza sería una buena propuesta alimentaria y nutricional para la comercialización del producto, en la red de supermercados para la empresa Sz. Coop.



**9. ¿Considera usted que Ecuador tiene potencial comercial para darse a conocer en su mercado con productos agrícolas no tradicionales?**

Por supuesto, Ecuador al igual que diferentes países latinoamericanos cuentan con la materia prima necesaria para convertirse en líderes comerciales en los supermercados de Suiza y otros países internacionales, pero todo depende de su nivel de competitividad que le apuesten a su producción y la calidad que oferten con su producto terminado.

**10. ¿Usted recomendaría el consumo de productos agrícolas ecuatorianos como la moringa para sus demandantes?**

Existe ya antecedentes de que Ecuador es uno de los países que oferta productos de calidad a nuestro país, y analizando que la población marca mucho interés en los beneficios que el producto puede generar en su salud, y debido a las características nutricionales que el producto ofrece, creo yo que tendría gran aceptación por parte de los consumidores suizos.

## **ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EXPERTOS DEL TEMA**

**Entrevistador (es):** Cano Katherine & Mora Luisa

**Entrevistado (a):** Lcdo. Rodolfo Guerra

**Cargo a desempeñar:** Gerente de Comercio Exterior

**Tema:** Exportación de Moringa Oleifera en polvo al mercado suizo.

### **1. ¿Qué beneficios adquiere Ecuador al establecerse el acuerdo de libre comercio para acceder al mercado europeo?**

En relación a los beneficios que se pueden obtener al desarrollar un acuerdo comercial, se encuentran los factores financieros y económicos, debido a que mediante este proceso se permite promover las plazas labores, además que constituye para el país establecer relaciones bilaterales con mercados extranjeros, dando a conocer la marca nacional y el libre acceso a la producción industrial, agrícola, entre otros sectores.

Mediante la implementación del acuerdo bilateral de libre comercio que Ecuador ha determinado con Suiza, la economía podrá mantener altos estándares de competitividad, incentivar a las pequeñas y medianas empresas a promocionar sus productos, y favoreciendo las oportunidades de exportación con un valor de arancel que equivalga a un 0% a diferencia del acceso a otros mercados.

### **2. ¿Considera importante que las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas se quieran establecer en un mercado internacional, generando alianzas comerciales con otros países?**

Por supuesto que considero fundamental que las pequeñas y medianas empresas logran promocionar sus productos y de esta manera posicionarse en un mercado internacional, ya que si bien es cierto la materia prima nacional que se distribuye en Ecuador es fundamental para otros mercados; es decir, el sector agrícola e industrial le permite a nuevas empresas acceder a sus productos, logrando mejorar la economía, dar a conocer la marca ecuatoriana en el extranjero y establecer convenios comerciales con zonas de interés financiero.

Tal es el caso, que sea seleccionado el mercado suizo, debido a que se analizado que este país se preocupa por el cuidado alimentaria y nutricional de su población, además de las

limitaciones que presentan al producir materia prima agrícola por su clima y por ello, la empresa proceso ha optado por establecer alianzas comerciales en beneficio de ambos territorios.

**3. ¿Cuáles son perspectivas que se esperan de Ecuador al producir materia prima que pueda ser comercializada en el mercado suiza, partiendo con la venta del polvo de moringa oleifera?**

Si bien es cierto, cabe señalar que Ecuador ya es un país exportador de productos como son frutas, flores, chocolates, entre otras variantes, partiendo de este análisis, es fundamental conocer que sea decidido iniciar un proceso de comercialización y distribución al mercado suizo debido al acuerdo del Libre Comercio adoptado por Ecuador y Europa establecido en el año 2018 y aprobado finalmente por la Asamblea Nacional en el 2019. Es decir, que a partir de este tratado comercial será más factible acceder al mercado europeo y poder adquirir la producción ecuatoriana.

**4. ¿Con qué iniciativas comerciales promueve el estado a las pequeñas y medianas empresas que opten por convertirse en exportadoras, en este caso para la empresa Frutsesa S.A.?**

El Ecuador le ofrece a las pequeñas y medianas empresas poder establecer vínculos y alianzas comerciales con mercados internacionales, ya sea promoviendo préstamos que sean de intereses accesible para poder organizar la producción o exportación de materia prima, además de que ya existe un precedente de 0% de arancel que les permiten ingresar a territorio europeo y ciertas zonas de pendientes de este acuerdo de libre comercio; con el objetivo principal de poder brindar plazas laborales, fuentes de empleo y más que nada mejorar la economía del país.

**5. Según su especialidad, ¿Cree usted que la exportación del polvo de moringa oleifera será un producto aceptado en el territorio suizo, por qué?**

Para lograr que el polvo de moreno le dijera logre posicionarse en la mente del consumidor de Suiza, es fundamental dar a conocer los beneficios nutricionales que se obtienen del producto, además cuenta en un nivel importante la calidad del producto, precio marca e imagen, si se logra acceder a los consumidores de esta manera el servicio a ofrecer tendrá un gran impacto en la sociedad.

## **ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EXPERTOS DEL TEMA**

**Entrevistador (es):** Cano Katherine & Mora Luisa

**Entrevistado (a):** Soledad Cerón Gallardo

**Cargo a desempeñar:** Jefe de Exportación de Frutsesa S.A.

**Tema:** Exportación de Moringa Oleifera en polvo al mercado suizo.

**1. La empresa Frutsesa S.A. es reconocida en el mercado ecuatoriana, ¿por qué ha decidido desarrollar un plan de exportación que le permita establecerse en el mercado suizo?**

Frutsesa S.A. es una empresa que se encarga del cultivo, siembra, comercio y distribución de frutas, ya que se encarga de satisfacer las necesidades del cliente en el territorio europeo; debido a esta situación se ha optado por incorporar nuevas acciones de venta, entre estas se encuentra la extracción de la planta moringa oleifera y su conversión a polvo, optando del proceso suplementos nutricionales; por lo tanto, el desarrollo de mercado ha generado un cambio en la matriz productiva los cuales buscan la diversificación de productos basados en el progreso de las industrias, que mediante la incorporación de tecnología agregue valor a la producción existente y fomente las exportaciones de productos nuevos, así como también los productos no tradicionales.

Partiendo de ello, la demanda comercial del polvo de moringa es un factor atractivo en el mercado internacional, siendo necesario atractivo para la empresa ser la pionera en realizar la exportación de este producto al estado independiente de Suiza, puesto que, Frutsesa ya posee alianzas comerciales con empresas de Europea, se podría decir que conocemos el mercado al que vamos a acceder y no será nada nuevo para aplicar estrategias dirigidas a beneficiar el posicionamiento o las alianzas comerciales con supermercados o entidades en ese país.

**2. ¿Para usted considera que la exportación del polvo de moringa oleifera va a convertirse en un producto aceptable para el mercado suizo, por qué?**

Por supuesto, si se analiza que el país cuida la producción que adquiere para la venta, a que me refiero con esta argumentación, la sociedad antes de obtener un producto y consumirlo debe saber que beneficios le van a dar a su sistema inmunológico y es en este aspecto que se

caracteriza el polvo de moringa oleifera, no solo por ser un producto saludable, sino que, además de ofrecer nutrientes que apoyen la salud.

### **3. ¿Cuenta con un plan de exportación para la producción, comercialización y distribución del polvo de moringa oleifera?**

Actualmente, la empresa no cuenta con un plan de exportación que le permita comercializar el polvo de moringa oleifera, ya que al ser una organización que opera con frutas y ha optado por incursionar con este nuevo producto conlleva elaborar el proceso de expansión, teniendo como objetivo principal establecer planes estratégicos de acción para lograr que nuestra empresa acceda al territorio suizo y se posicione la marca; dando pautas a que las pymes decidan incursión con su respectiva producción.

### **4. ¿Por qué se ha seleccionado el mercado de suiza para iniciar la distribución de un nuevo producto para la empresa Frutsesa S.A.?**

Suiza, es un país que posee uno de los mejores niveles económicos de estabilidad financiera, además que se muestra preocupada por el bienestar alimenticio y el cuidado de salud en sus habitantes, de igual manera ha implementado acciones para la conservación del medio ambiente, ya que consume productos que hayan sido elaborados a partir de medios ecológicos; analizando estos parámetros Frutsesa S.A. ha optado por considerarlo territorio adecuado para dar inicio con convenios y acuerdos de comercialización, promocionando el producto de origen agrícola y con un modelo de empaque que permita crear conciencia sobre el uso de recursos biodegradables, siendo una proyección de los elementos a considerar para venta del producto.

### **5. ¿Conoce los requisitos o reglamentaciones que deben cumplirse para poder acceder al territorio extranjero, en este caso realiza la debida comercialización al estado independiente de Suiza?**

Acceder al mercado internacional es un gran reto, debido a que hemos establecido acuerdo con otros países que pertenecen a la Unión Europea, pero se debe destacar o conocer que Suiza es un estado independiente, es decir, sigue otras normativas que le permitan a las empresas ingresar los productos a dicho territorio; sin embargo, siguiendo con los parámetros establecidos están determinadas las medidas de control sanitario, contar con debidos permisos, determinar la vía del incoterm mediante la cual se va a efectuar la transportación, logrando la acogida del servicio.

## **ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EXPERTOS DEL TEMA**

**Entrevistador (es):** Cano Katherine & Mora Luisa

**Entrevistado (a):** Andy Rosales Orrala

**Cargo a desempeñar:** Producción y Puerto de Frutsesa S.A.

**Tema:** Exportación de Moringa Oleifera en polvo al mercado suizo.

### **1. ¿Qué beneficios adquiere Ecuador al establecerse el acuerdo de libre comercio para acceder al mercado europeo?**

Desde que el Ecuador estableció un acuerdo que permite el libre comercio son las europeas y otros dependientes se caracteriza que entre los beneficios que se pueden obtener de este convenio, se encuentran el promover relaciones bilaterales entre estados, incentivar a las pequeñas y medianas industrias agrícolas a promocionar su producción, permitiendo mejorar la economía, política, cultura y factores financieros; de igual manera, es fundamental para el país impulsar sus productos, generando plazas laborales y demostrando la calidad de producción que se vende, dando inicio a nuevas alianzas.

### **2. ¿Cuáles son para usted las expectativas que se esperan de producir el polvo de moringa oleifera?**

Frutsesa, es una empresa que ya está establecida en el territorio nacional, además que también se han instituido acuerdos comerciales con ciertas zonas del continente europeo pero al ingresar con producción relacionada al polvo de moringa oleifera, es un ámbito nuevo de comercialización debido a que para proponer estrategias de mercado se debe crear o formular un plan de exportación que les permita a las empresas poder posicionarse en la mente del consumidor, logrando conocer gustos e intereses de la sociedad, ya que de esta manera se puede generar un análisis del nivel de aceptación que se podría o pretende alcanzar.

### **3. La empresa Frutsesa S.A., se ha caracterizado por realizar alianzas comerciales con diferentes empresas para la comercialización de frutas, ¿en este caso por qué se ha decidido por el polvo de moringa oleifera?**

La producción de moringa oleifera viene de zonas calientes distribuida en ciertos países del mundo, existen diferentes especies de esta planta; sin embargo, en Latinoamérica la producción

de la moringa oleifera es limitada, de acuerdo a las estadísticas que se pueden obtener de datos publicados en diferentes revistas agrícolas, por lo tanto, sí analizamos la situación del estado ecuatoriano, existen pocas empresas que han optado por comercializar, distribuir y producir este servicio alimenticio, es partiendo de esto que, hemos decidido ingresar con la producción del polvo de moringa oleifera, ya que además posee múltiples beneficios para la salud y posee un alto nivel de aceptación por parte de los consumidores.

**4. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un plan de exportación que le permita posicionarse en el mercado suizo?**

En realidad, considero que aún la empresa no cuenta con un plan estratégico de exportación que le permita establecer o formar acuerdos de comercio con empresas en el territorio de Suiza, pero hemos optado por establecer formatos o posibles portafolios informativos que nos brinden una perspectiva representativa de lo que se puede alcanzar al posicionarnos como marca en este mercado, ya que el país debe darse a conocer.

**5. ¿Conoce los requisitos o reglamentaciones que deben cumplirse para poder acceder al territorio extranjero, en este caso realiza la debida comercialización al estado independiente de Suiza?**

Entre las normativas que se deben seguir para lograr que se realice la debida exportación de producción nacional a territorio extranjero, se encuentra el debido control sanitario, determinar el empaque, proceso de embalaje, contar con todas las reglamentaciones y papeles necesarios correctamente firmados y sellados por las empresas que han efectuado el proceso de compra - venta, además de poseer el respectivo acceso mediante comprobante del puerto aduanero, ya que pueden existir barreras arancelarias o no arancelarias, es decir, todos los aspectos de comercialización deben seguir un proceso de salida e ingreso para llegar a su destino final.

## **Conclusiones:**

- De acuerdo a los valores obtenidos de las diferentes encuestas aplicadas se evidencia el nivel de recepción que adquiere el producto polvo de moringa oleifera en el mercado internacional, destacando que Suiza es un país que cuida la salud de sus ciudadanos y, por ende, la población prefiere consumir productos de calidad, antes de analizar el valor económico.
- De manera reiterativa es importante que se realiza la comercialización del polvo de moringa oleifera, debido a que en la actualidad son pocas las empresas que están encargadas en Ecuador de la venta de este producto y, por ende, se vuelve atractiva la negociación en el mercado internacional.
- A partir de la información adquirida de las entrevistas realizadas, se destaca el papel comercial que cumple la empresa Frutsesa S.A., en base a que está encargada de comercializar frutas en el territorio extranjero, permitiendo incursionar con el producto de moringa oleifera en un nuevo sector industrial.
- Es fundamental, reconocer los requisitos que se deben cumplir y la existencia de Acuerdos de Libre Comercio estipulados con el territorio suizo para establecer relaciones comerciales, permitiendo lograr la estructura o prototipo de exportación para visualizar la viabilidad del negocio.



## **Recomendaciones:**

- Permitir la interactividad y accesibilidad de supermercados y empresas internacionales para la recolección de datos informativos que permitan sustentar la viabilidad de la propuesta, además de socializar el origen del producto, beneficios, propiedades, entre otras interrogantes que sean planteados por los usuarios a quienes se les vaya a realizar las herramientas de investigación.
- Incentivar la utilización de diferentes portales digitales que estén direccionados en promover la acción comunicacional entre empresas y lograr acuerdos que demuestren la viabilidad de la propuesta planteada, en este caso, recopilar información en relación a la competencia existente en el territorio suizo del producto polvo de moringa oleífera.
- Buscar alternativas comerciales que les permita a las empresas, conocer los requerimientos pertinentes que han sido planteados en las diferentes entidades encargadas del proceso de exportación para mejorar el nivel de accesibilidad de documentación legal en el desarrollo del acuerdo comercial.
- Dar a conocer mediante las diferentes herramientas y recursos digitales los beneficios que se pueden adquirir de consumir el polvo de moringa oleífera, permitiendo que las empresas se interesan por adquirir y distribuir el producto.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. LA PROPUESTA**

#### **4.1. Título de la propuesta**

Elaborar un plan de exportación que le permita a la empresa Frutsesa S.A. comercializar el polvo de moringa oleifera en el mercado suizo.

#### **4.2. Diseño de la propuesta**

El plan de exportación está elaborado con la finalidad de impulsar en el mercado internacional la materia prima ecuatoriana, debido a que al ingresar al mercado comercial con el polvo de moringa oleifera se debe tener presente el nivel de cuidado alimenticio, ecológico y nutricional, tal es el caso que, en el estado independiente de Suiza la población opta por adquirir productos que cumplan con estos requerimientos, ya que antes de valor económico, prefieren alimentos o suplementos que contribuyan al bienestar de la salud.

El proceso para establecer un plan de exportación que se ajuste a las necesidades de ambos mercados, se determina a partir de las relaciones internacionales que se hayan planteado entre ambos estados, por ende, es importante analizar los parámetros a cumplirse, con el objetivo de conocer el proceso de exportación, reglamentos, protocolos aduaneros, medios de transportación y capacidad de producción a enviar. La presente propuesta está enfocada a sustentar el cumplimiento de obligaciones atribuidas en el desarrollo de los negocios de compra y venta por parte del mercado internacional, además de efectuar la viabilidad del proceso de exportación.

De tal manera, a partir de la realización de soportes de planeación las empresas logran ingresar a ciertos mercados, permitiendo promocionar sus productos y darlos a conocer a los consumidores; el éxito de internacionalizarse la empresa Frutsesa S.A. en el territorio suizo consiste en alcanzar estrategias comerciales para posicionarse en la mente de la sociedad, demostrando la calidad del servicio a ofrecerse e identificar las oportunidades obtenidas de exportar el polvo de moringa oleifera, ya que debido a las condiciones climáticas de Suiza es poco factible cultivarlo, a partir de esto, el producto se vuelve atractivo para apoyar su adquisición.

Para el desarrollo de la propuesta se ha determinado el mercado suizo debido a que es uno de los países establecidos en Europa que cumple con los más altos estándares de negocios comerciales, asimismo forma parte del Acuerdo de Libre Comercio entre Ecuador y otros países, por lo consiguiente, se constituye como destino sólido para abordar relaciones y convenios de exportación; además que, es importante para Suiza cuidar de la alimentación de su población lo convierte en un punto de planeación estratégica, es así que, al exportar el polvo de moringa oleifera, el suplemento nutricional cumple con los estándares medicinales, propiedades direccionadas a reforzar el sistema inmunológica y la necesidad de generar conciencia en relación al cuidado de la salud. Los consumidores optan por adquirir productos de calidad, debido a las necesidades de conciencia alimenticia, siendo de mayor demanda en su compra – venta.

El plan de exportación está enfocado en analizar la viabilidad de la empresa Frutsesa S.A. al constituir acuerdos comerciales con supermercados en el territorio suizo, permitiendo de esta manera conocer los gustos e intereses de la sociedad al adquirir y consumir productos enfocados al sistema nutricional, es decir, el impacto del polvo de moringa oleifera en el mercado internacional, destacando las necesidades de los compradores, competitividad entre empresas, accesibilidad e innovación con respecto al proceso de presentación del producto a comercializarse.

### **4.3. Objetivos de la propuesta**

#### **4.3.1. Objetivo general**

- Diseñar un plan de exportación que le permita a la empresa Frutsesa S.A. establecerse en el mercado suizo, a través de la producción del polvo de moringa oleifera.

#### **4.3.2. Objetivos específicos**

- Desarrollar el plan de exportación que acceda al polvo de moringa oleifera al mercado comercial de Suiza.
- Detallar los procesos y requerimientos que deben cumplirse para acceder al mercado internacional y lograr la exportación del producto moringa oleifera.
- Demostrar el nivel de aceptación de los consumidores al adquirir y consumir el producto natural, mediante de la presentación de empaques biodegradables.

#### 4.4. Planeación estratégica de la propuesta



ESTE PRODUCTO NUTRICIONAL ESTÁ  
DESARROLLADO A PARTIR DE LA EXTRACCIÓN  
DEL POLVO DE MORINGA OLEIFERA.



# PLAN DE EXPORTACIÓN

## "POLVO DE MORINGA OLEIFERA AL MERCADO SUIZO"

*Elaborado por: Cano Katherine / Mora Luisa*

*Fuente: <https://www.freepik.es/>*



**NO ES SOLO POR NOSOTROS,  
ES TAMBIEN POR EL RESTO.**

*Ilustración 4. Plan de exportación*

*Elaborado por: Cano & Mora (2020)*

## **4.5. Plan de exportación**

### **4.5.1. Antecedentes de la empresa**

Frutas Selectas S.A. es una entidad comercial que se encarga de la producción y exportación de frutas distribuidas al mercado europeo, permitiendo demostrar la calidad de materia prima ecuatoriana y logrando posicionar a la marca. Cabe destacar, la necesidad de promover estrategias comerciales ha sido desarrollada debido a las limitadas compañías proveedoras de este servicio, dando inicio a relaciones bilaterales con el territorio internacional e impulsando a las pequeñas y medianas empresas a generar acuerdos o convenios para realizar la venta de sus productos y expandir sus fronteras comerciales.

La empresa Frutsesa S.A. se ha establecido en el mercado con la finalidad de producir, distribuir y comercializar el producto de polvo de moringa oleifera con oferta de exportación, permitiendo demostrar los beneficios nutricionales que se pueden adquirir del consumo del suplemento alimenticio, ya que el producto está enfocado en mejorar el estilo de vida, generar conciencia ecológica e impulsar relaciones bilaterales de negociación entre los países de Ecuador – Suiza, a partir del servicio con el cual se va a incursionar.

### **4.5.2. Misión**

Dar a conocer la producción del polvo de moringa oleifera en el mercado suizo, permitiendo satisfacer las necesidades del consumidor, cumpliendo con los más altos estándares de calidad, producción, comercialización y distribución de materia prima ecuatoriana. Siendo una empresa pionera en la exportación de suplementos nutricionales elaborados a base de la moringa.

### **4.5.3. Visión**

Ser una empresa que cumpla con los requerimientos de comercialización establecidos en los diferentes mercados, con el objetivo de posicionar a la empresa Frutsesa S.A. con el producto polvo de moringa oleifera en la mente de los consumidores. Logrando generar conciencia sobre el cuidado alimenticio, ambiental y ecológico para la sociedad en beneficio del bien común.

#### 4.5.4. Selección del producto

##### Polvo de moringa oleifera

La moringa oleifera ha sido seleccionada debido a que posee múltiples nutrientes que permiten mejorar el estilo de vida de las personas que la consumen, además que al establecer la conversión de planta a polvo se obtiene la producción de suplementos que pueden ser utilizados de diferentes maneras de acuerdo al gusto del consumidor. Entre los aspectos que han sido determinados para el consumo del polvo de moringa se encuentran: aminoácidos fundamentales en el organismo, proteínas, vitaminas, minerales, entre otros; a partir de ello, es considerado un complemento alimenticio indispensable en la salud.



*Ilustración 5.* Polvo de moringa oleifera

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

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

##### **Propiedades:**

El polvo de moringa oleifera está caracterizado debido a las diversas propiedades que se pueden adquirir del consumo del producto, por ende, se utiliza como componente nutricional para el cuidado natural de la salud y fortalecimiento del sistema inmunológico del consumidor, entre los factores que se pueden encontrar en las propiedades de la planta de moringa oleifera se encuentran:

- Factores antiinflamatorios
- Polvo con antimicrobianas
- Antioxidantes
- Tratamiento en relación al cuidado cardiovascular
- Hepatoprotectoras

## **Beneficios**

La moringa oleifera es conocida en el mercado comercial debido a sus múltiples beneficios que aporta al consumidor, entre los procesos destacados para el bienestar nutricional se enfatizan los siguientes:

- Permite reforzar el cuidado en el sistema inmunológico del consumidor, ya que ayuda a prevenir las enfermedades.
- Combate el efecto de adquisición de bacterias obtenidas de la mala alimentación cotidiana.
- Cumple el rol de antioxidantes, ya que ayuda a prevenir las enfermedades que ocasionan el envejecimiento de las células y enfermedades degenerativas.
- Controla el nivel de azúcar en el cuerpo, puesto a su función se le atribuye el proceso de evitar el incremento de diabetes como enfermedad grave.

## **Factores medicinales y su valor nutricional**

Es importante reconocer el valor nutricional y las propiedades alimenticias que se producen mediante el consumo del polvo de moringa oleifera.

- Proteínas: en relación al valor nutricional contiene 6,5g
- Fibra: su valor nutricional se determina a partir 0,8g
- Calcio: se atribuye propiedades para el cuidado de los huesos 0,40g
- Fósforo: el valor nutricional consiste en 0,05g
- Potasio: la combinación de propiedades alimentarias se determina en 0,256g
- Vitamina A-C-B1-B2: finalmente, contiene diferentes tipos de vitaminas en promedio.

### **4.5.5. Test potencial exportador**

También se realizó un test a la empresa, con el objetivo principal de comprobar la capacidad de oferta exportadora a través de un test potencial exportador aplicado a la empresa.

El test exportador contiene preguntas que se autorealiza la empresa o un funcionario realiza a las empresas en los temas de:

- Gestión Empresarial
- Gestión Productiva y Logística

- Gestión de los Mercados Internacionales y logística Internacional
- Gestión Económica y Financiera

### **Público objetivo**

- Frutsesa S.A. como empresa encargada de realizar las alianzas comerciales con el mercado suizo para exportar el polvo de moringa oleifera.

### **Requisitos y condiciones:**

Siguiendo con la ruta del exportador detallada en el portal digital de Pro Ecuador, el test de potencial exportador debe ser aplicado por las empresas que cumplan con el nivel de potencial exportador, siendo Frutsesa S.A. una empresa constituida en el mercado y que presenta antecedentes de alianzas comerciales con otros países internacionales.

### **Sectores**

- Multisectorial

Fomentar, guiar e internacionalizar productos fabricados en Ecuador son los objetivos principales que PRO ECUADOR brinda a los productores, emprendedores y empresas, ofreciéndoles servicios especializados y de alta calidad. El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras implementa una metodología de trabajo llamada “Ruta PRO ECUADOR para el Exportador” para apoyar e incentivar el trabajo de todos los potenciales exportadores y de esta manera internacionalizar sus productos.

### **Ficha técnica del producto que se desea exportar**

Una ficha técnica, es un documento en el cual se encuentra una descripción de las características técnicas de un objeto, producto o bien de manera detallada. Generalmente éstas contienen información como: el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas, métodos de ensayo y especificaciones técnicas.

Uno de los principales beneficios de implementar fichas técnicas en los productos es que los clientes se informan y reciben una breve explicación sobre las características de un determinado bien; de esta manera se podrán entender claramente las cualidades que éste posee, brindando así más confianza y seguridad sobre el artículo que se está manejando.



Según el Test de Potencial Exportador (anexo 12), la empresa ha desarrollado fichas técnicas con información referente a los beneficios que aporta la moringa en la salud, calidad del producto y componentes; también cuenta con fichas técnicas de la materia prima importada.

### **Viabilidad financiera sobre análisis de exportación**

Los resultados obtenidos sobre si es factible la viabilidad de mercado polvo de moringa oleifera, se encontró que si existe un alto consumo de productos naturales en el mercado suizo. Además, significaría que los consumidores suizos demandan los productos naturales saludables porque sirven como alimento reconstituyente y como elementos preventivos de muchas enfermedades.

Un punto fundamental que toman en cuenta los consumidores de este tipo de productos, es la importancia de las propiedades naturales que contienen para prevenir enfermedades y mejorar el bienestar, y estos reconocen como productos de calidad, gracias a sus propiedades y beneficios que contiene.

En cuanto, Suiza entre sus principales productos elaborados e importados, los resultados son que no existe registro de que dicho país siembre o coseche algún tipo de producto natural a base de la moringa oleifera, ya sea fresco o procesado. Lo que nos indica que Suiza es un potencial importador para el polvo de moringa

Otros resultados obtenidos, se determina la importancia para Suiza el polvo de moringa oleifera, ya que ha estado aumentando la compra de este producto a través de los últimos años en el mercado europeo. En cuanto a los países mayores importadores de polvo de moringa oleifera desde Ecuador en tanto miles de dólares aparece liderando Suiza, seguido de España, Alemania y Bélgica con 67%, 21%, 8% y 4% respectivamente de acuerdo a lo publicado en el portal de Pro Ecuador en los productos exportados al continente europeo. Solo Suiza obtuvo un crecimiento con respecto al año anterior.

Por otro lado, las empresas exportadoras ecuatorianas del polvo de moringa oleifera hacia el mundo lideran la empresa ECUAMORINGA con una participación del 41%, seguido por NATURISTA SAN CARLOS con una participación del 24% en el mercado en el año 2018-2019; en consecuencia, son los competidores más fuertes en la comercialización del polvo de moringa. Por lo tanto, la empresa Frutsesa S.A. ha optado por iniciar la comercialización del

polvo de moringa oleifera al mercado suizo, siendo favorable para establecer alianzas internacionales entre Ecuador y Suiza.

Definitivamente los resultados obtenidos concuerdan la viabilidad de negociación que no se debe dejar pasar esta oportunidad de negocio, ya que cumpliría con las expectativas y la tendencia actual por el mercado suizo. Además, que actualmente existe un acuerdo de libre comercio entre Ecuador y algunos países pertenecientes o aliados a la UE, entre estos se encuentra Suiza.

#### **4.5.6. Análisis del potencial exportador**

Es importante determinar que la empresa encargada realizar el proceso de exportación al mercado internacional será por parte de Frutas Selectas S.A., quien ha optado por incluir el producto polvo de moringa oleifera a su distribución comercial, estableciéndose en el territorio suizo. La situación actual de la compañía le permite incrementar sus áreas de venta, ya que al encargarse de exportar frutas al continente europeo se presentan antecedentes comerciales, favoreciendo las nuevas alianzas, posicionar la marca y promover la calidad de producción ecuatoriana.

#### **Descripción del proceso de producción aplicado en la propuesta**

En el desarrollo de la propuesta, es importante describir el proceso que se va a realizar para la obtención del producto, permitiendo determinar cada una de las fases que deben cumplirse y en qué consiste el cumplimiento de lograr obtener la producción, a partir de los diferentes parámetros establecidos.

- 1. Recepción de materia prima:** esta se caracteriza por ser el primer paso a cumplir en el proceso de producción, permitiendo realizar una inspección detallada de la materia prima que es suministrada por personal de la plantación.
- 2. Secado:** al momento que se han recibido las hojas frescas se deben enviar indirectamente al proceso de secado industrial. Se debe setear el equipo para que la humedad del producto en proceso tenga un rango de 7 a 10% de humedad.
- 3. Transporte y/o almacenamiento de materia prima en proceso:** las hojas secas deben ser envasadas inmediatamente en gavetas grado alimento, para evitar que éstas se contaminen. La disposición de ser almacenada dependerá de la demanda del proceso de molienda, es decir, si la capacidad es sobrepasada por la materia prima en proceso, esta última debe ser almacenada para el siguiente día. La bodega de materia prima debe

tener un ambiente controlado para mantener la humedad adecuada de las hojas de moringa.

4. **Molienda:** una vez secadas las hojas de moringa se debe proceder a realizar la conversión de materia sólida a polvo, logrando obtener el producto polvo de moringa oleífera. Además, cabe mencionar que este proceso se va a efectuar mediante la aplicación de un molino vertical incorporado para conseguir el producto final a comercializarse.
5. **Tamizado:** en esta etapa separan las partículas de mayor diámetro.
6. **Control de calidad:** el proceso de controlar la calidad de la producción, consiste en analizar y comprobar el estado del producto, es decir, determinar que cumpla con color adecuado, humedad y peso, para su respectiva presentación del producto y venta al público.
7. **Envasado:** cuando se haya producido el polvo de moringa, se debe proceder a utilizar maquinaria para el respectivo envasado del producto, esto se va a lograr mediante una máquina dosificadora donde la cantidad que debe ser envasado será de 250 gramos, procediendo a sellar el empaque para su respectiva distribución.
8. **Embalaje:** al cumplir con los protocolos de producción establecidos, se considera importante que una vez obtenido el producto final se prepare el proceso de embalaje para la distribución en el mercado, siendo embaladas en cajas de cartón, en grupos de 40 unidades por cada caja.
9. **Almacenado:** finalmente, se procede a ubicar las cajas que tengan el producto de polvo de moringa oleífera, en la bodega para continuar con el respectivo proceso de exportación.

Por lo tanto, es indispensable que la empresa cumpla con los siguientes requisitos o parámetros aplicados durante el proceso de producción para elaborar el polvo de moringa oleífera y de esta manera dar a conocer la mano de obra, servicio de calidad, logrando obtener el producto final que se va a comercializar y distribuir en diferentes supermercados a nivel nacional e internacional.

#### 4.5.7. Flujograma aplicado en el desarrollo de la propuesta

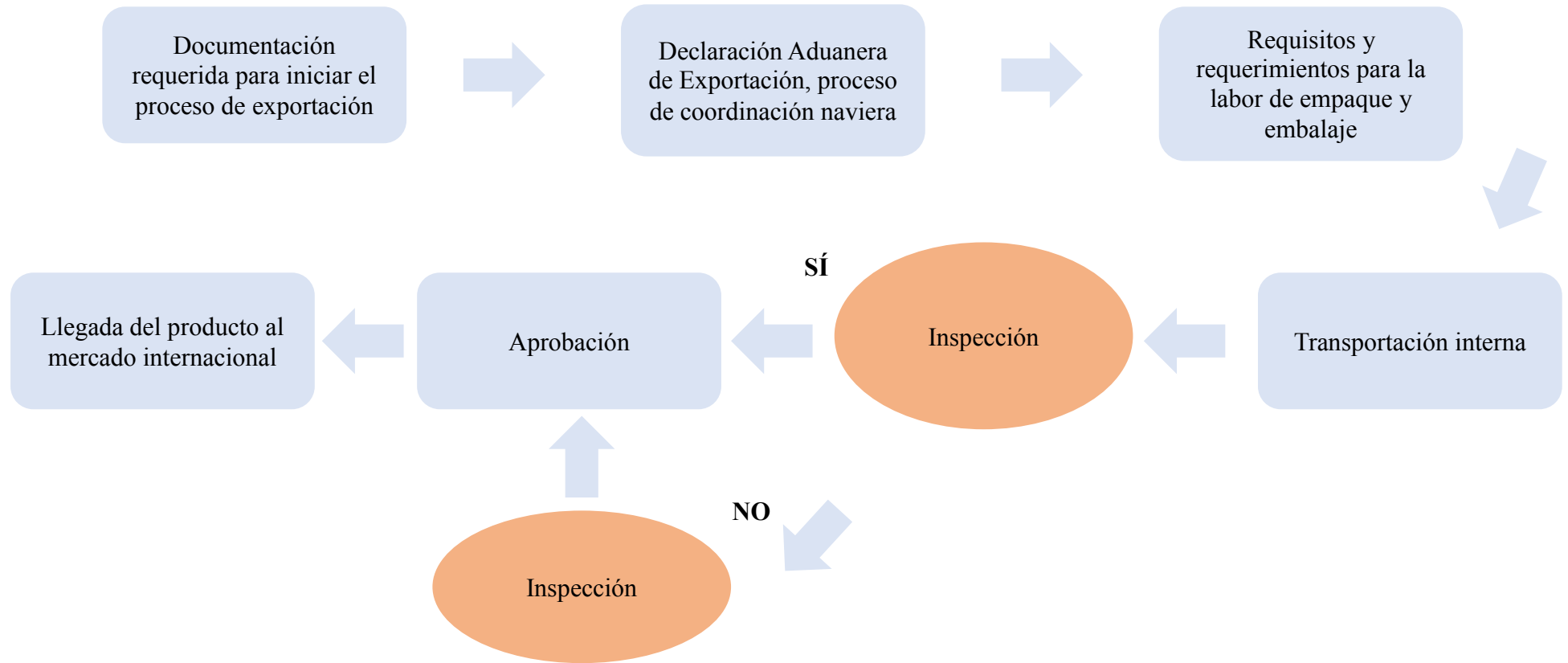


Gráfico 11. *Flujograma del proceso de exportación*

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

En el flujograma aplicado en el plan de exportación se establece el proceso que debe ejecutar la empresa Frutsesa S.A., ya que permite describir los requisitos a realizarse para lograr efectuar las etapas a desarrollarse con la finalidad de cumplir con los estándares comerciales propuestos en los acuerdos y convenios internacionales. Entre las medidas planteadas se encuentran la preparación de los documentos necesarios para dar inicio a la negociación del producto, además del reconocimiento de la declaración aduanera y la coordinación logística naviera.

Por otro lado, también se determinan los requerimientos para el proceso de empaque y embalaje de acuerdo a los parámetros establecidos en el comercio internacional, asimismo es importante señalar el incoterm aplicado en vías de transportación interna y externa, cumpliendo con la aprobación del plan de exportación y accediendo con materia prima nacional al mercado suizo.

Cabe destacar que la empresa Frutsesa S.A. ya está establecida en el mercado comercial, puesto que realiza la exportación de diferentes frutas al mercado europeo; sin embargo, la presente propuesta está enfocada en promocionar la producción y distribución del polvo de moringa oleífera en el territorio suizo, debido a que está ubicado en parte de Europa y presenta acuerdos de libre comercio (EFTA) con el estado ecuatoriano, permitiendo que productos tales como: frutas, rosas, aceites de pescado y camarón, vegetales, productos agrícolas, entre otros; con el objetivo de expandir el sector productivo y lograr la inserción de las empresas a generar nuevos acuerdos comerciales con empresas internacionales.

Adicionalmente, para poder realizar exportaciones se considera requisito fundamental ser ecuatorianos o residentes extranjeros en el país, este proceso comercial puede efectuarse ya sea como personas naturales o jurídicas

### **Documentación reglamentaria en el proceso de exportación:**

1. Es elemental que la empresa cuente con RUC (Registro Único del Contribuyente), este documento lo otorga la entidad del SRI (Servicio de Rentas Internas), instrumento utilizado con la finalidad de delimitar la actividad comercial que se va a desarrollar, cumpliendo las medidas estipuladas en el control tributario. (<https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>)

2. Continuando con los requerimientos establecidos en el proceso de exportación, la empresa debe generar a través de los portales web el certificado / notificación de la firma digital que se brinda por parte de las entidades encargadas de demostrar las líneas comerciales.
  - Entidad de Certificación mediante el Banco Central del Ecuador (<https://www.eci.bce.ec/actualizar-datos-empresa-u-organizacion>)
  - Security Data Token (<https://www.securitydata.net.ec/>)
3. Registrarse en el portal digital de Ecuapass vinculado con el Servicio Nacional de Aduana, determinando que se va a desarrollar el proceso de exportación, permitiendo que la empresa que va a establecerse en el mercado internacional pueda utilizar el servicio web para solventar ciertos procesos necesarios durante el cumplimiento de esta actividad. (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>)
  - Como primer paso, antes de iniciar con los requisitos para acceder a cualquier trámite la empresa posee la facilidad de crear el usuario / contraseña.
  - En el momento que se procede a realizar el registro del usuario, es importante aceptar los términos, condiciones y políticas legales detalladas por el portal digital de Ecuapass.
  - Al utilizar esta herramienta digital la empresa exportadora puede actualizar la información e ingresar datos adicionales.
  - Finalmente, se ha registrado la firma electrónica de la empresa exportadora, para la realización de negociaciones internacionales.

Por lo tanto, la empresa Frutsesa S.A. deberá realizar el cumplimiento de actualización de datos y detallar mediante el portal web, el servicio que se va a ejecutar para la realización del proceso de exportación; debido a que la empresa ya se encuentra establecida en el mercado internacional.



*Ilustración 6.* Proceso de actualización de datos

Fuente: Banco Central del Ecuador / Token

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**CERTIFICACIÓN ELECTRÓNICA**  
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Inicio Quienes Somos Marco Normativo **Firma Electrónica** Servicios Relacionados Centro de Descargas Contáctenos

**Solicitud Formulario**

**Datos de la Solicitud**

Seleccione el tipo de certificado para su solicitud  
 Persona Natural ▼

Seleccione el tipo de contenedor para su certificado  
 Token ▼

Seleccione la ciudad y oficina de entrega de su certificado.

Ciudad: Seleccione ... ▼ Entidad: Seleccione ... ▼ Oficina: Seleccione ... ▼

Seleccione su Tipo de Identificación  
 Cédula ▼

Ingrese su cédula

Por favor verifique que su información sea correcta y seleccione el botón siguiente para continuar con el registro de su solicitud.

Ilustración 7. Ejemplo del formulario a realizar para la obtención de la firma electrónica

Fuente: Banco Central del Ecuador / Token

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Al realizar el proceso de adquirir la firma electrónica mediante el portal digital de Security Data / Token, se procede a cumplir con los requisitos que está detallados en la página web de esta entidad.

**SECURITY DATA**  
TU PRESENCIA DIGITAL. EN UNA FIRMA

Inicio **Firma Electrónica** Servicios ▼ Contáctanos Ayuda Blog

Persona Natural Representante Legal **Miembro de Empresa**  
 Funcionarios Públicos

**MIEMBRO DE EMPRESA**  
 Válido de 1 a 5 años.

Antes de enviar la solicitud en línea, debes tener listos los siguientes requisitos en formato PDF que no pesen más de 10mb:

Para empresas **REGULADAS** por la Superintendencia de Compañías  
 El trámite es de carácter personal a excepción de que solicite el servicio de videoconferencia

1. Copia a color de la Cédula de Ciudadanía o pasaporte en caso de extranjeros.
2. Copia clara de la Cédula de Ciudadanía del Representante Legal.
3. Original de la Autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa, para la emisión del certificado de Firma Electrónica. **Formato de carta de autorización**
4. RUC electrónico. Puede descargarlo en la página del SRI <https://declaraciones.sri.gob.ec>, siguiendo la ruta: GENERAL->CERTIFICADOS TRIBUTARIOS->REIMPRESIÓN DE RUC.

Para empresas **NO REGULADAS** por la Superintendencia de Compañías  
 El trámite es de carácter personal a excepción de que solicite el servicio de videoconferencia

1. Copia a color de la Cédula de Ciudadanía o pasaporte en caso de extranjeros.
2. RUC electrónico. Puede descargarlo en la página del SRI <https://declaraciones.sri.gob.ec>, siguiendo la ruta: GENERAL->CERTIFICADOS TRIBUTARIOS->REIMPRESIÓN DE RUC.
3. Original o copia notariada y legible del nombramiento del representante legal vigente.
4. Copia clara de la cédula de ciudadanía del Representante Legal.
5. Original o copia notariada de constitución de la Empresa solicitante.
6. Original de la Autorización firmada por el representante legal, donde conste el número, nombre y cargo de todos los solicitantes de la Empresa, para la emisión del certificado de Firma Electrónica. **Formato de carta de autorización**

**SOLICÍTALO AQUÍ**

Ilustración 8. Ejemplo de adquisición firma electrónica del portal Security Data

Fuente: Security Data / Token

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Con respecto a la firma electrónica, al conocer si la empresa posee el certificado por parte de las entidades encargadas de facilitar el proceso de adquirir la firma, se debe colocar en el portal web la información solicitada para la debida búsqueda, en este caso, colocar el Registro Único del Contribuyente (RUC) en el cual se logra obtener datos referentes a lo solicitado por la persona u organización que necesita información en particular.

Por su parte, el registro en Ecuapass es el paso elemental para realizar las operaciones relacionadas con las exportaciones, este sistema les permite a las empresas efectuar coordinaciones aduaneras tanto para el trámite de importación / exportación que le facilita el servicio a los usuarios, detallando las opciones a las cuales puede acceder y al finalizar el valor de pago a efectuarse.



Ilustración 9. Ejemplo del portal digital de Ecuapass

Fuente: Ecuapass / Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### Proceso a cumplirse para iniciar con el plan de exportación

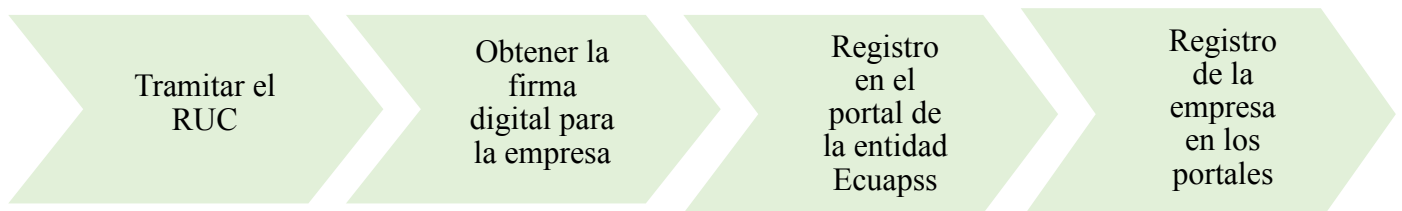


Gráfico 12.

Documentación reglamentaria

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



## **Declaración aduanera de exportación, proceso de coordinación naviera:**

De acuerdo a las reglamentaciones establecidas por el portal digital de la aduana se determina que para efectuar el proceso de salida de productos y servicios fuera del territorio nacional, es fundamental detallar las disposiciones planteadas en la normativa legal del comercio internacional.

La declaración aduanera de exportación (DAE) consiste en una transmisión electrónica que se puede adquirir mediante el portal digital de Ecuapass, este requisito de exportación se caracteriza por estar relacionado con la documentación de proformas o facturas donde pueda detallarse el proceso de embarque, puesto que básicamente es un requisito legal aplicado por el Sistema Nacional de Aduana en el Ecuador para declarar la mercancía. Producción que la empresa vaya a comercializar en el territorio internacional.

Para explicar, detallar y exponer la mercancía que se va a transportar se deben considerar los siguientes parámetros que están determinados en la DAE, a continuación, explicados:

- Es fundamental declarar la información de la empresa exportadora, por partes de Frutsesa S.A.
- Detallar la mercancía que se va a comercializar en documentos relacionados a proformas o facturas legales.
- Datos de la persona natural o jurídica que será la encargada de enviar el producto, en este caso efectuar la distribución y producción del polvo de moringa oleífera.
- Destino al cual llegará la producción (territorio suizo).
- Cantidades exactas a comercializar.
- Peso y demás datos significativos relacionados a la mercancía.

De igual manera, en continuidad con los requerimientos planteados por la DE se detallan los documentos digitales que son indispensables para dar seguimiento al proceso de exportación mediante Ecuapass.

- Documento legal – factura certificada para efectuar la acción comercial, en la cual se detallan valores exactos.
- En caso de que sea necesario al ingreso del territorio internacional emitir autorizaciones previas de libre acceso.

- Por otro lado, demostrar mediante el certificado de origen electrónico de donde proviene la mercancía y cuál será su lugar de recepción.

Finalmente, al ser aceptada la mercancía a exportarse por parte de la DAE, se procede a la actividad de embarque, permitiendo dar paso al desarrollo comercial de la empresa para poder establecerse en un mercado internacional. Por ende, al establecer los medios de exportación se detallan las vías utilizadas como canal de aforo en relación a su autorización de salida.

- Autorización de salida o Aforo Automático.
- Trámites legales de documentación o Aforo Documental.
- Inspección física o Aforo Físico Intrusivo.

Cuando la DAE, haya establecido la autorización para dar continuidad a la exportación de la mercancía se le va a notificar a la empresa, cuáles han sido las medidas establecidas para finalmente otorgarle el permiso de salida al servicio que se vaya a ofertar, corroborando que se cumplan con todos los protocolos planteados en la Ley de Comercio Internacional.

### **Requisitos y requerimientos para la labor de empaque y embalaje:**

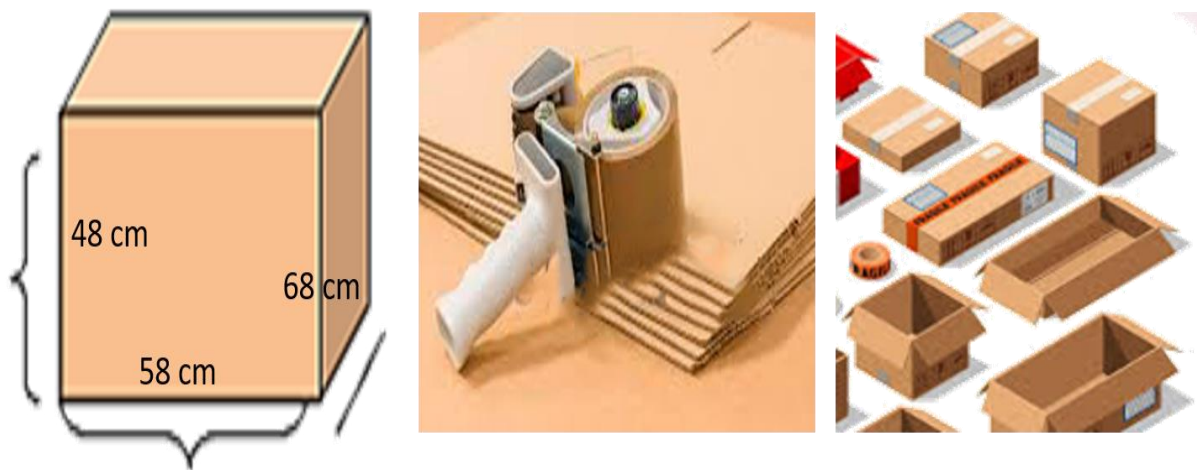
La empresa se debe encargar de reconocer los diferentes elementos aplicados para lograr que el producto sea de calidad y ofrezca cubrir las necesidades del mercado, es decir, proponer empaques que estén direccionados a satisfacer el interés de sus consumidores, en este caso, al ser Suiza el país al cual se va a realizar la distribución del polvo de moringa oleífera, es importante analizar que el empaquetado o envases en los que se encuentre el producto posea materiales en beneficio del cuidado al medio ambiente – biodegradables, ofreciendo novedad ecológica a la producción. De esta manera, la empresa Frutsesa S.A. ha detallado los siguientes elementos para efectuar el proceso de venta.

Tal es el caso que, para seleccionar el empaquetado es importante haber establecido los pallets a utilizar, debido a la relación existente entre el proceso de embalaje y empaquetado con el objetivo de obtener que se puedan incorporar en gran magnitud el producto a transportarse y que pueda ingresar al mercado internacional cumpliendo con todos los estándares estipulados por los controles aduaneros.

## Presentación del embalaje

Para la presentación del empaquetado la empresa Frutsesa S.A. ha seleccionado la caja de cartón prensado, con medidas que van desde los 58 centímetros de anchura, 48 centímetros de altura y consecutivamente los 68 centímetros de altura, con base a las reglas planteadas por los pallets. En cada empaque se puede ingresar alrededor de 40 unidades del producto a comercializarse.

- Caja de cartón para transportar la mercancía / medidas aplicadas en relación a los pallets.
- Maquinas utilizadas para realizar el embalaje del producto en las cajas.
- Cintas industriales incluidas en el embalaje.



*Ilustración 10.* Empaque del producto

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Presentación del producto y su prototipo de envasado

El modelo realizado por la empresa exportadora consta de 2 prototipos de envasado que están enfocados al cuidado ambiental con la debida presentación ecológica, en este caso, se ha seleccionado el tipo de envase biodegradable en relación a que el mercado suizo posee normas comerciales que determinan la necesidad de promover la conciencia ambiental en su población. En la presentación del empaque se debe detallar la información del producto, nombre, slogan, marca, datos nutricionales, registro de sanidad, código de barra magnético, sello orgánico, entre otros aspectos que se direccionen a datos obligatorios para el consumidor, a continuación, la ilustración de prototipo en la elaboración del envase.



*Ilustración 11.* Prototipos de envase para la producción del polvo de moringa oleifera  
Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Detalles de los empaques escogidos para la producción del polvo moringa oleifera por parte de la empresa Frutsesa S.A.:**

- Empaque biodegradable de papel cartón, elegible debido a su capacidad de desintegración, elemento idóneo para el cuidado ambiental.
- Envase enfocado a promocionar las 4 erres del reciclaje: reciclar, reutilizar, reducir y recuperar.
- Tamaño accesible para la venta internacional y acorde a las medidas establecidas por la empresa importadora.
- Los colores del envase se determinan de acuerdo a lo solicitado por la empresa importadora o aplicada por Frutsesa S.A.
- Las características del envase se delimitan en relación al cuidado ambiental, productos reciclables, poseen protección al calor, además de ser un empaque impermeable.
- De igual manera, la impresión de la marca establecida en el producto, tabla nutricional, nombre, slogan, logo, entre otros requisitos se reproducen en laminación mate, siendo responsable con el medio ambiente.

**Dato importante:** el envasado que se ha destinado para la presentación del polvo de moringa oleifera corresponde las bolsas Kraft biodegradables de (250 gramos), mientras que

como otro prototipo de posible envasado también se puede dar a consideración los tubos biodegradables que contengan el suplemento nutricional.

### **Proveedores**

Para la comercialización del polvo de moringa se requerirán de los siguientes proveedores, los cuales suministran los materiales necesarios tanto en cantidad como en calidad.

- **Hacienda “LA IRMA”**

La hacienda “LA IRMA” ubicada en el Triunfo, le pertenece a la empresa Frutsesa S.A., y es el proveedor de la materia prima; el cual proporcionará el producto pulverizado y empaquetado.

- **Fundas Kraft por parte de la empresa BIO DEGRADABLE ECUADOR**

BIO DEGRADABLE ECUADOR ubicado en la ciudad de Guayaquil, Km 1.5, Vía Samborondón es el productor de toda clase de fundas DOYPACK con zipper, el cual provee los envases resellables a precios asequibles, adecuadas para la conservación del polvo de moringa. Además, el envase ya vendrá con etiquetas del producto incluidas.

**Costo:**

- 15 x 25 cm
- 100 unidades: 35,00 usd
- 1500 unidades: 525 usd
- 49.809 unidades: 17.433,15 usd

- **Cartonera GRUPASA**

Grupasa S.A. Ubicado en el Km. 11.5 Vía a Daule, es productor de diferentes tipos de cartones, el cual labora con las mejores técnicas de elaboración y calidad; ofrece el tipo de cartón adecuado para el almacenamiento y exportación de productos alimenticios.

**Costo:**

- 100 unidades: 250 usd
- 1245 unidades: 3.112,50 usd

## Transportación interna:

El medio de transporte mediante el cual se va a realizar el envío de la producción de moringa oleífera se ha seleccionado en relación a la cantidad de cajas a enviarse, con la finalidad de evitar posibles inconvenientes presentados en el lugar de llegada; es decir, el puerto donde se receptorá el servicio adquirido por parte de la empresa. Por lo tanto, se va a utilizar el contenedor 40', en el cual la cantidad máxima de cajas que se pueden ingresar es de 340. A partir de ello, se puede establecer la cantidad por caja que serán transportadas por los contenedores.

Tabla 19

*Cantidad máxima de contenedor*

<b>CANTIDAD CAJA MÁX. POR CONENEDOR DE 40'</b>	
Medidas de bolsas Kraft	15X25X9
Medidas de cajas de cartón	58X68X48
Cantidad de bolsas por cajas	40
Cantidad de cajas por Cont. 40'	340

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### Ilustración del proceso de embarque:



*Ilustración 12.* Contenedor utilizado para la transportación del producto

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

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Transportación de salida para la mercadería a comercializar en el mercado internacional

La mercadería a distribuirse en el mercado suizo, saldrá desde el puerto principal de la ciudad de Guayaquil con destino al territorio europeo; se ha seleccionado esta vía de transportación en relación al incoterm establecido para lograr el proceso de compra – venta. Por lo tanto, el tiempo establecido equivale entre 2 semanas a 2 semanas y media (alrededor de 15 a 18 días), cuando el producto ya haya llegado al puerto internacional, será distribuido en los supermercados con los que se hayan propuesto acuerdos comerciales, siendo transportado mediante vía terrestre.

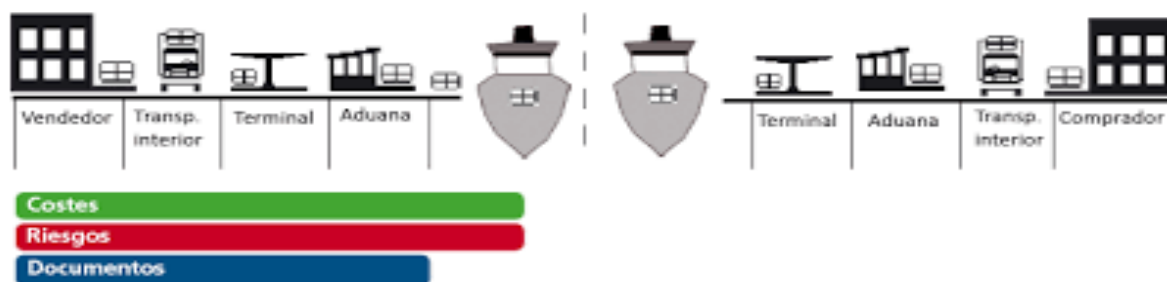


Ilustración 13. Incoterm aplicado para la transportación

Fuente: internationalcontracts.net

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Proceso aplicado para la transportación de la mercancía

En el desarrollo del proceso de transportación que debe cumplir la empresa Frutsesa S.A. hasta llegar al mercado internacional, se determinan los requisitos o parámetros establecidos con el objetivo de permitir que la producción cumpla con las medidas de seguridad planteadas en el marco de la ley de comercio internacional. No obstante, el rol de la logística consiste en buscar las mejores opciones para la transportación de la mercancía, ya que entre estos factores se encuentra un equipo enfocado en verificar el uso de la maquinaria esencial, montacargas, galpones industriales, estantes de mercancía, correas de amarre, grúa de movilidad, bioseguridad para empleado, vehículos para transportación.

**Pallet:** es un medio de transportación de cajas que permite que la mercadería o mercancía se pueda movilizar de un lugar a otro sin presentar ningún tipo de daño e inconvenientes.

**Apilamiento de cajas:** las cajas que se vayan a movilizar y transportar deben ser ubicadas de forma vertical, evitando de que se produzcan daños en la materia prima que se va a exportar al mercado internacional.

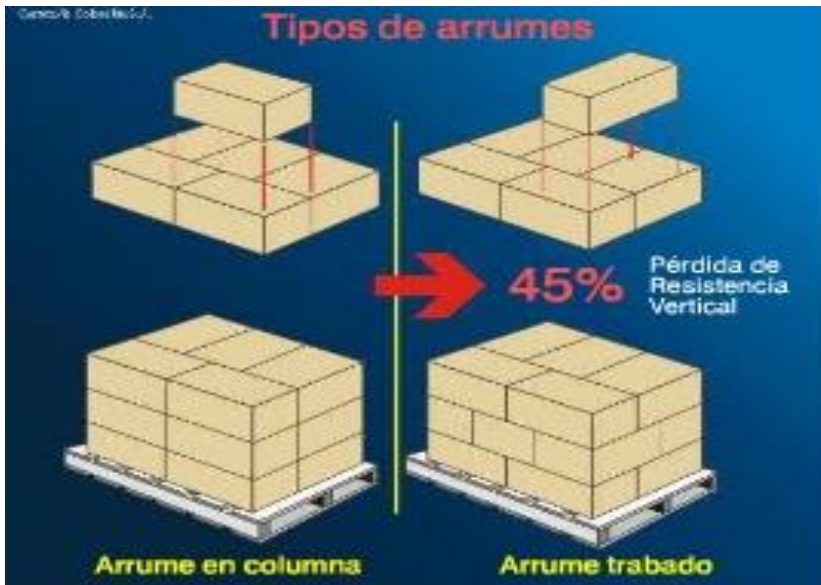


Ilustración 14. Presentación de apilamiento de cajas

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

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



Ilustración 15. Elementos utilizados para cumplir con los requisitos de transportación

Fuente: Imágenes de Google

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Medidas de inspección:**

En el cumplimiento de los requisitos, requerimientos y obligaciones estipulados por la DAE, se establece la necesidad del proceso de inspección, en el cual la función principal es demostrar que la mercadería efectúa las medidas de seguridad, para su posterior salida e ingreso a territorio internacional.

La Declaración Aduanera de Exportación ha determinado la obligatoriedad de los siguientes requisitos para pasar el control de aduana:



- Presentación del cumplimiento de la documentación aplicada por la DAE.
- Modalidad de validez de la documentación se puede realizar en formato físico o electrónico.
- Determinar controles de peso, cantidad y unidades a transportarse.
- La empresa que se va a encargar del proceso de exportación tiene que cumplir con los requisitos planteados por la Declaración Aduanera de Exportación, en caso de no cumplir con los parámetros la mercancía no podrá salir del territorio nacional
- Verificación de documentos de soporte y de acompañamiento.
- Cumplir con los diferentes aforos propuestos por la Declaración Aduanera de Exportación.

Al cumplir con los requerimientos propuestos y lograr la revisión de inspección sin ningún problema e inconveniente, el exportador podrá continuar con el proceso de distribución comercial, dando paso al embarque de la mercancía en el buque establecido, con la finalidad de llegar al mercado suizo.

Por otra parte, en caso de no lograr pasar los controles de inspección establecidos por la aduana, el proceso que se debe cumplir consiste en validar y demostrar que lo estipulado en la documentación presentada concuerda con la mercancía que se va a transportado, en caso de que no se cumplan los protocolos o requerimientos propuestos, el vendedor no podrá continuar con la normativa de transportación; teniendo como plazo 2 semanas para solucionar los inconvenientes presentados y demostrar que se han desarrollado los cambios pertinentes para su posible salida hacia el mercado internacional. Cabe recalcar que, la mercadería permanecerá retenida durante el tiempo en el cual se modifique y arregle la información presentada.

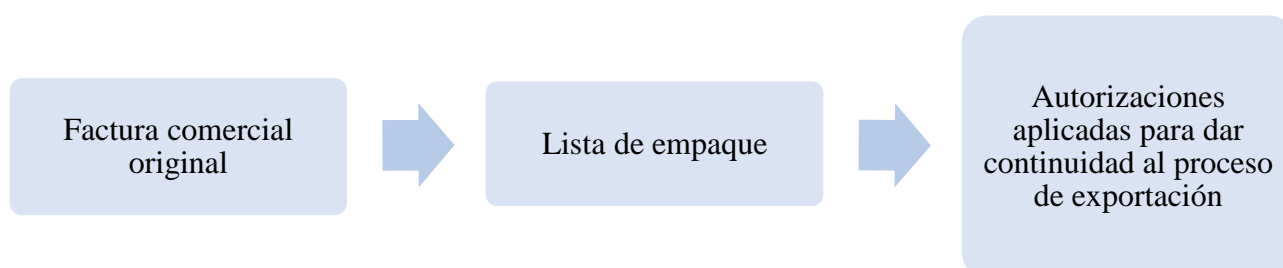
## **Etapas de transportación**

### **Proceso de Pre – embarque**

El proceso da inicio cuando se obtiene la transmisión electrónica, es decir, al activar mediante los portales digitales de la DAE y el sistema de Ecuapass, la obtención de proformas, documentación reglamentación o facturas para determinar valores económicos que determinen la declaración legal a cumplirse en relación al requisito aduanero, dando continuidad a la transportación de la producción.

Entre los requisitos que se deben cumplir, se encuentran los explicados a continuación:

- Documentación reglamentaria del declarante, en este caso el exportador.
- Declarar la mercancía que se va a transportar en el control aduanero, a través de las facturas o proformas legales.
- Datos de la empresa exportadora e importadora.
- Lugar de recepción de la producción o mercancía.
- Cantidad a transportar en los contenedores.
- Peso.
- Demás parámetros establecidos en el portal digital de Ecuapass.



*Gráfico 13.*

Proceso de pre-embarque

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **Proceso de Post – embarque**

Regularizar el proceso estipulado por la Declaración Aduanera de Exportación consiste en demostrar frente al SENA y obtener la documentación electrónica solicitada para dar continuidad a la etapa de exportación, este requerimiento da por finalizado en un tiempo establecido de 30 días plazo.

Por ende, cuando se cumpla con la etapa de post - embarque la empresa exportadora podrá dar seguimiento al trámite, además de continuar con el embarque de la mercancía hasta su lugar de venta.

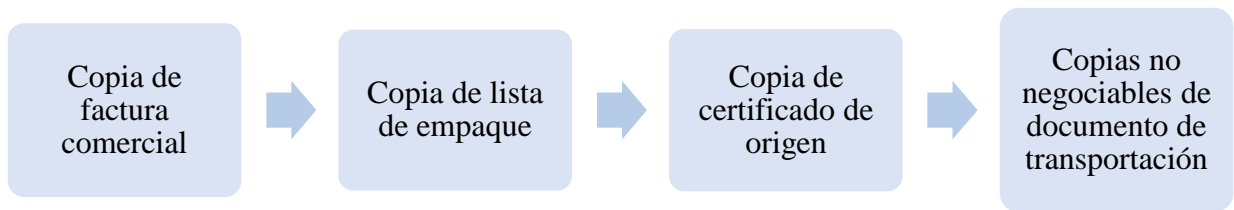


Gráfico 14.

*Etapas de post-embarque*

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **Selección del puerto de traspotación de envío y recepción de la mercancía (polvo de moringa oleífera)**

En el proceso de exportaciones es fundamental establecer el puerto de salida de la producción, en este caso los contenedores iniciarán su ruta de envío desde el puerto de Guayaquil, hacia el puerto internacional de Suiza, los cuales se han estructurado de acuerdo al lugar de comercialización y nivel de accesibilidad.

Los puertos seleccionados para la llegada de la producción ecuatoriana al territorio independiente de Suiza se determinan de acuerdo a la accesibilidad de llegada de los contenedores al puerto comercial.

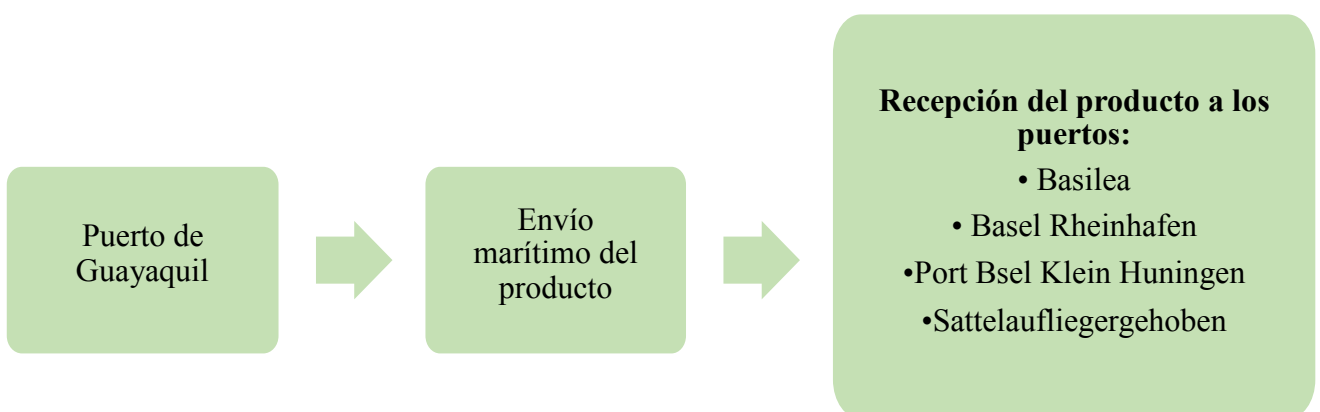


Gráfico 15.

*Transportación del producto*

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Distribución

Las líneas de distribución establecidas por Frutsesa S.A. se encuentran relacionadas con la empresa internacional Coop., ya que será la encargada de distribuir el producto en los diferentes supermercados del territorio, con la finalidad de evitar inconvenientes comerciales, además que esta entidad posee varios negocios que están relacionados a la producción de frutas, chocolate, venta de suplementos nutricionales, entre otros aspectos. La forma de pago se efectúa de acuerdo a la conversión de moneda nacional, puesto que Ecuador tiene el dólar como moneda local y Suiza maneja el swiss franc / euros.

## Requerimientos a cumplirse para importar la moringa a Suiza.

Tabla 20

*Requisitos para importar la moringa al mercado suizo*

---

<b>REQUERIMIENTOS PARA EXPORTAR LA MORINGA OLEIFERA AL MERCADO SUIZO</b>			
<b>Detalle:</b>	Selección de mercado	<b>Vigencia:</b>	Proceso de importación 2019 - 2020
<b>Fecha de emisión:</b>	2019	<b>Tiempo:</b>	2019 -2020

---

## FICHA TÉCNICA

---

Para saber si un producto puede exportarse exento de aranceles aduaneros al mercado de un socio de un tratado de libre comercio y si vale la pena, debe hacerse lo siguiente:

1. Determinar el número de arancel aduanero del producto a exportar. Con ello se sabrá si el producto tiene un arancel aduanero preferencial en el tratado de libre comercio.
  2. Si este arancel aduanero preferencial existe y está considerablemente por debajo del arancel aduanero normal (sin tratado de libre comercio), entonces se deben comprobar las reglas de origen.
  3. Si el producto a exportar cumple las reglas de origen, se debe elaborar la documentación necesaria para demostrar el origen y comenzar las gestiones para su exportación.
-

---

## FICHA TÉCNICA

---

### **Operador económico autorizado**

- Las empresas en Suiza que vayan a importar productos deben elegir empresas que sean aceptadas por la cadena de suministro internacional, ya que reciben el estatus de Operadores Económicos Autorizados (AEO). Este estatus facilita los controles de aduana relevantes para la seguridad.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### **Ahorro mediante los derechos aduaneros por peso**

- Para la mercancía que se va a importar, en este caso, el polvo de moringa se debe calcular el arancel aduanero en función de su peso bruto.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### **Barreras comerciales para el ingreso de mercancías**

- Aunque cumple con multitud de acuerdos comerciales el país de Suiza, ha sabido entamar medidas y normas que actúan como barreras no arancelarias. Esto dificulta la entrada de todos aquellos productos y servicios extranjeros que puedan desplazar o competir con su producto nacional. Sin embargo, la moringa al ser un producto de carácter nutricional y medicinal no se considera materia prima competitiva en el mercado suizo.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### **Impuestos y tasas**

Como en otros países, en Suiza se cobran impuestos y tasas de importación para mercancías específicas.

- Uno de ellos es el impuesto al valor agregado (IVA) de 7,7%, que a nivel internacional es muy bajo (IVA en la UE: 15 – 25%).
-

- El IVA para artículos de uso cotidiano, como alimentos, libros y medicamentos es incluso de solo 2,5%.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### Documentación

La documentación necesaria en Suiza para la autorización de las exportaciones está ligada a los estándares de la UE:

- Factura comercial
- Conocimiento de embarque
- Packing list
- Certificado de origen
- Certificados especiales en caso de alimentos, ganado y productos de origen animal.

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### Gastos establecidos al proceso de exportación

Tabla 21

*Costo FOB*

---

<b>COSTO POLVO MORINGA</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Dólares</b>
Costo por funda	\$1,37
Cantidad fundas 250gr	12440
<b>Total por embarque</b>	<b>\$17042,8</b>
<b>COSTO FOB</b>	
<b>TRANSPORTE</b>	

Transporte Interno de Bodega hacia Puerto de Embarque \$450,00

Carga y Estiba de contenedor En Bodega	\$150,00
<b>EMBALAJE</b>	
Embalaje de exportación	\$40,00
<b>CERTIFICACIONES</b>	
Certificaciones (certificado de Origen)	110,00
Agrocalidad	185,00
Honorarios por Tramite de Certificaciones	120,00
Manipulación e Inspección Antinarcóticos	335,00
<b>OTROS COSTOS FOB</b>	
Honorarios Agente de Aduana	300,00
Seguro	1180,00
Tramites Varios	120,00
<b>TOTAL COSTOS FOB POR EMBARQUE</b>	<b>\$2.990,00</b>
<b>TOTAL COSTOS FOB ANUAL</b>	<b>\$11.960,00</b>
<b>COSTO DE EXPORTACION POR UNIDAD (FUNDA) PRODUCIDA</b>	<b>\$0,24</b>
<b>COSTO UNITARIO INCLUIDO COSTO FOB</b>	<b>\$1,61</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Análisis: Los costos FOB comprenden todos los rubros asociados a la logística desde la bodega del vendedor hacia puerto de embarque.

La logística comprende: embalaje en bodega, fletes internos de bodega hacia los puertos, seguidos del proceso de certificaciones, inspección de antinarcóticos y otros procedimientos

en aduana. En efecto, el total de gasto de exportación en esta operación equivale a \$2.990,00 por embarque, \$11.960,00 anual, con un costo unitario incluido costo FOB de \$1,61 por funda.

#### **4.6. Empresa comercial Coop - Suiza**

La empresa Coop. Sz encuentra establecida en el mercado internacional suizo, siendo una de las compañías que se encarga de realiza la venta a supermercados de minorista con la finalidad de brindar productos de calidad y que estén enfocados a generar conciencia ambiental en la sociedad actual. Coop. Sz posee una línea de productos de uso diario, bajo la modalidad de protección verde, siendo idóneo promover acuerdos comerciales entre Frutsesa S.A. (Ecuador) y Coop. Sz (Suiza).



*Ilustración 16.* Logo de la empresa internacional

Fuente: Empresa Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

The Coop. Sz, es una línea de supermercados. Está encabezado por una junta directiva de diez miembros. El Grupo Coop está gestionado operativamente por una dirección de siete personas.

1. Joos Sutter (Presidente de la Junta Ejecutiva - Jefe de la Dirección de Minoristas)
2. Philipp Wyss (Vicepresidente del Director de Gestión de Marketing / Adquisiciones)
3. Reto Conrad (Jefe de TI / Producción / Servicios)
4. Christian Coppey (Jefe de bienes raíces)
5. Daniel Hintermann (Jefe de Logística)
6. Daniel Stucker (Jefe de comercio)
7. Adrian Werren (Jefe de finanzas)



## Organigrama de la empresa

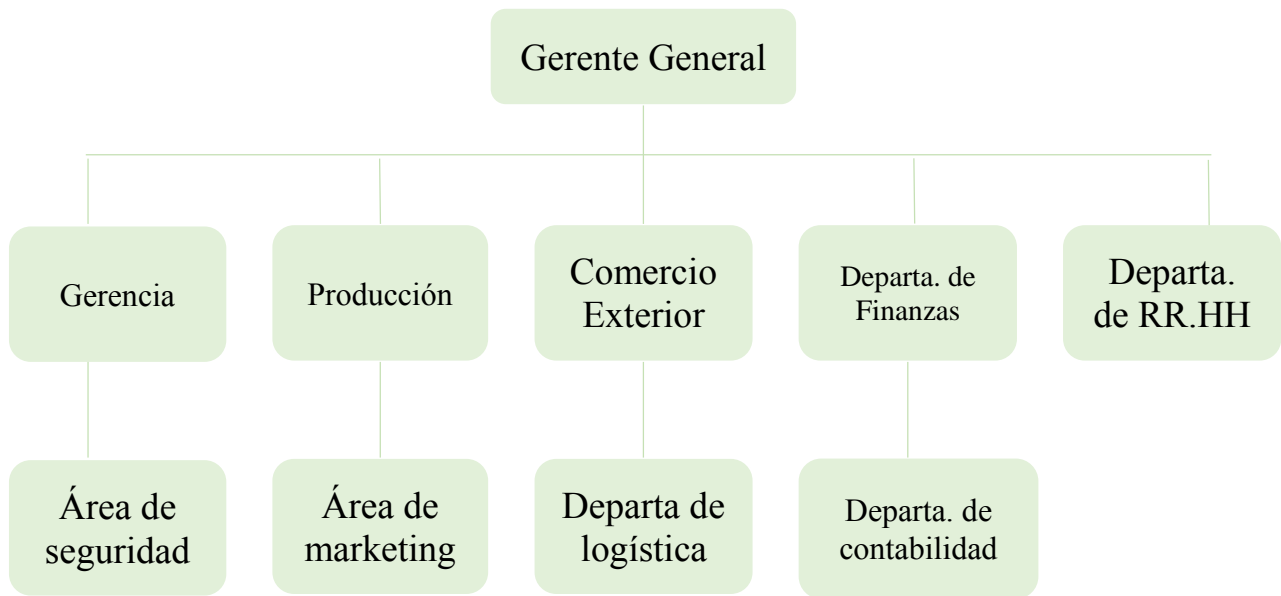


Gráfico 16.

*Organigrama de la empresa*

Fuente: Empresa Coop. Sz

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### 4.7. Mix de marketing del producto polvo de moringa oleifera

#### 4.7.1. Producto

**Empresa: FRUTSESA S.A.**

La elaboración de la propuesta consiste en implementar un plan de exportación que le permita a la empresa posicionarse y establecer relaciones comerciales con diferentes mercados en el país independiente de Suiza, con el objetivo de dar a conocer la marca, el producto y el lugar de origen, demostrando la calidad en la producción ecuatoriana y generando demanda en la adquisición del polvo de moringa oleifera.

Producto: al hacer referencia a producto, se enfoca en determinar el servicio que va a ofertar la empresa Frutsesa S.A. al mercado internacional, analizando los factores comerciales de Suiza, y enfocar las medidas de accesibilidad del producto y lograr posicionarse en la mente de sus consumidores.

**Nombre y slogan aplicado para la propuesta del producto:** Plan de exportación que le permita a la empresa Frutsesa S.A. comercializar el polvo de moringa oleifera en el mercado suizo.



*Ilustración 17.* Modelo #1 de presentación para la propuesta a exportar / español

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



*Ilustración 18.* Modelo #1 de presentación para la propuesta a exportar / inglés

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

La presentación del envase del polvo de moringa oleifera, ha sido diseñada mediante la utilización de bolsas Kraft de material ecologista y biodegradable, permitiendo ser amigables con el medio ambiente, el envase equivale a 250 gramos de contenido de polvo de moringa oleifera. Por lo tanto, se han establecido los valores de financiamiento en base a este prototipo de propuesta comercial, siendo las medidas de envase de 15x25x9cm.



*Ilustración 19.* Modelo ejemplo #2 de presentación para la propuesta a exportar / español  
Elaborado por: Cano & Mora (2020)



*Ilustración 20.* Modelo ejemplo #2 de presentación para la propuesta a exportar / inglés  
Elaborado por: Cano & Mora (2020)

La presentación de tubos biodegradables como envases para la distribución del producto polvo de moringa oleifera, se ha seleccionado para ejemplo de prototipo; sin embargo, no se ha establecido los valores de financiamiento en base a esta propuesta comercial.

**Dato importante:** el envasado que se ha destinado para la presentación del polvo de moringa oleifera corresponde las bolsas Kraft biodegradables de (250 gramos), mientras que como otro prototipo de posible envasado también se puede dar a consideración los tubos biodegradables que contengan el suplemento nutricional.

**Nombre del producto:** Polvo De Moringa Oleifera / Moringa Oleifera Powder.

Para el desarrollo de la propuesta se ha establecido realizar un modelo de presentación que permita conocer las características esenciales con las cuales contará el producto a comercializarse, cabe destacar que, es un piloto elaborado con la finalidad de transmitir la marca, el nombre del producto, colores utilizados, entre otros símbolos para la transmisión de un mensaje alimenticio, ecológico y de salud adquirido a través del polvo de moringa oleifera.

De acuerdo a los prototipos de empaque establecidos por la empresa Frutsesa S.A., es importante determinar que el envase ha sido desarrollado con el objetivo de cuidar y proteger al medio ambiente, utilizando cartón prensado de alta calidad para satisfacer las necesidades de los consumidores, además de ofrecer producción respetuosa en el ámbito ecológico, ya que cabe destacar que la sociedad en Suiza, prefiere adquirir alimentos que sean saludables y de categoría verde (biodegradable).

#### **4.7.2. Precio**

El precio en el desarrollo del mix de marketing está determinado de acuerdo a variables que varían entre los aspectos del mercado en el cual va a ingresar el producto, competencia directa e indirecta, accesibilidad del consumidor al adquirir el servicio y los costes aplicados en la producción; sin embargo, es importante destacar que finalmente quien propone el valor monetario es la empresa que provee el servicio y aquella que lo adquiere para su respectiva venta en el mercado comercial. Por otro lado, cabe mencionar que al no manejar precios adecuados el producto no podrá posicionarse en la mente de los consumidores.

A partir de ello, la empresa Frutsesa S.A. ha establecido el precio monetario referente, que equivale a \$177,60 en dólares americanos y su conversión a CHF 159,84 es decir, en cada paquete (caja) vienen alrededor de 40 envases del producto, el cual contiene 250 gramos de polvo de moringa oleifera. No obstante, al establecer la comercialización del producto en el mercado suizo el valor aproximado por envase estaría determinado en CHF 3,50 a 4,00; puesto

que en el país de Suiza los consumidores prefieren adquirir productos de calidad, antes de precio.

Tabla 22

*Precio de producto*

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	
Polvo moringa oleifera	Caja de 40 fundas de polvo de moringa oleifera (250 gramos)	\$177,60	CHF159,84

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **4.7.3. Promoción**

El proceso de promoción del producto está enfocado básicamente en dar a conocer el servicio a brindar en el mercado internacional, entre los factores que destacan se encuentran las características básicas del empaquetado, la calidad del suplemento alimenticio, presentación y aquellos recursos que favorezcan a dar a conocer la imagen, nombre y marca del polvo de moringa oleifera, logrando posicionarse en la mente de sus consumidores, permitiendo diferenciarlo de la competencia.

Al promocionar el producto polvo de moringa oleifera como marca ecuatoriana, es indispensable analizar que actualmente para la actividad de difusión, anuncio y publicidad, actualmente se utilizan diferentes medios tecnológicos que están encaminados a mejorar las relaciones comerciales, acuerdos bilaterales y convenios de libre comercio entre países, dando a conocer a pequeñas y medianas empresas que están inmersas a incorporarse en el mercado internacional, con producción de calidad, innovación en materia prima y manteniendo valores accesibles. Por lo tanto, entre los recursos que han sido utilizados por las empresas para promocionar la marca o producto se encuentran:

- Redes sociales
- Portales digitales
- Afiches publicitarios
- Cuñas radiales
- Comerciales de televisión

- Vallas publicitarias

Estas estrategias deben cumplir con el objetivo principal de promocionar el producto, demostrando la necesidad de consumo, ya que al ser un suplemento nutricional (polvo de moringa oleifera) favorece al sistema inmunológico, previene ciertas enfermedades causadas por el mal hábito alimenticio, además de ser un producto respetuoso con el medio ambiente, utilizando empaques que están direccionados a generar conciencia en la sociedad, debido a su mensaje ecológico.

#### **4.7.4. Plaza**

La plaza es el proceso para determinar el lugar donde se va a distribuir y comercializar el polvo de moringa oleifera, en este caso el mercado internacional suizo, debido a que se han establecidos acuerdos y convenios de libre comercio que le permiten a las empresas poder realizar alianzas negociables con la finalidad de comprar – vender materia prima. Por ende, es importante analizar la entidad que se va a encargar de la transacción y adquisición de la producción y mercantilizar en supermercados de acuerdo a los pedidos fijados por la organización.

Entre los supermercados que poseen alianzas comerciales con la empresa Coop. Sz, se encuentran: Coop. Oecoplan, Coop Naturaline y Prix Garantie.

#### **Maquinaria utilizada para la producción del polvo de moringa oleifera**

Para lograr cumplir con los requerimientos establecidos en el proceso de producción es fundamental que la empresa cuente con la maquinaria y las herramientas necesarias, permitiendo obtener el producto final que se va a comercializar, distribuir y presentar en el mercado internacional.

Tabla 23

*Maquinaria y equipos aplicados para el proceso de producción*

<b>MÁQUINAS Y EQUIPOS APLICADOS PARA EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL POLVO DE MORINGA OLEIFERA</b>			
<b>Máquinas/ equipos</b>	<b>Marca</b>	<b>Capacidad (KG/HR)</b>	<b>Uso</b>
Secador industrial RXH	LONG CHANG	500	Secado de hojas frescas de Moringa Oleifera con un rango de 7 a 10% humedad.
Molino vertical PULVEX300	PULVEX	200	Transformado de hojas secas de moringa en polvo, con este sistema de micro pulverizado se obtendrá un polvo muy fino de aprox 250 micras.
Máquina dosificadora selladora ASA-DS- 500S	ASTIMEC	300	Envasado de polvo de moringa en fundas de papel Kraft de 250kg y sellado de las mismas.
Balanzas # 1 FS905	CENTURY	500	Pesado de materia prima (hojas frescas de moringa) en la primera etapa del proceso.
Balanzas # 2 ACS-C	PREMIER	40	Pesado de producto terminado para verificación de dosificación.
Montacargas manual Century 3T	CENTURY	3000	Transporte interno de materia prima.

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Herramientas utilizadas en el proceso de producción

Tabla 24

*Herramientas utilizadas en el proceso de producción*

<b>HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN</b>						
<b>Máquinas/ equipos</b>	<b>Marca</b>	<b>Capacidad (KG/HR)</b>	<b>Uso</b>			
Termómetro Higrómetro Temperatura Humedad HTC/1	- TEMPERAT URE Y Digital	10%-99% RH	Verificar	temperatura	y	humedad de bodega de materia prima en proceso.
Medidor de humedad Temperatura Higrómetro Ms6508	PEAK METER Modelo	0%-99% RH	Verificar	temperatura	y	humedad de materia prima en proceso antes de pulverizar.

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Producción diaria del polvo de moringa oleifera

Tabla 25

*Capacidad máxima de hojas de moringa oleifera*

Capacidad máxima de	977,86	KG/DÍA
hojas frescas en 15		hojas frescas
hectáreas		

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

En un terreno de 15 hectáreas tendremos una capacidad máxima de 977,86 KG/DÍA de hojas frescas.



## Capacidad máxima de polvo de moringa oleifera

Tabla 26

*Producción diaria del polvo de moringa oleifera*

<b>PRODUCCIÓN DIARIA DE POLVO MORINGA OLEIFERA</b>				
<b>Etapa</b>	<b>Ingreso materia prima (Kg)</b>	<b>Salida materia prima (Kg)</b>	<b>Cantidad útil (%)</b>	<b>Cantidad merma (Kg)</b>
1. Recepción hojas frescas	977,86	977,86	100	0
2. Secado hojas frescas	977,86	248,08	25	729,78
3. Pulverizado de hojas secas	248,08	160,53	65	87,55
4. Tamizado polvo	160,53	155,65	97	4,88
5. Envasado	155,65	155,65	100	0,00

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

De acuerdo a cálculos de mermas, propios en el proceso de obtención del polvo de moringa, se va a obtener 155,65kg diarios.

## Producción máxima de envasado de polvo de moringa oleifera

Tabla 27

*Producción máxima*

<b>PRODUCCIÓN MÁXIMA</b>			
	<b>Días</b>	<b>Trimestre</b>	<b>Año</b>
Cantidad polvo útil (KG) para envasado	155,7	3.113,1	12452,3
Cantidad polvo útil (Gr) para envasado	155.654,3	3'113.086,2	12'452.344,9
Contenido envase/bolsa (Gr)	250,0	-	-

Cantidad de bolsas	622,6	12.452,3	49.809,4
Cantidad de cajas	15,6	3.11,3	1.245,2

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

De acuerdo a la tabla, se obtendrá un total de 1.245,2 cajas/año o 49.809 bolsas/año de polvo de moringa

#### 4.8. Análisis financiero

Para definir el análisis financiero de la propuesta es importante detallar los diferentes procesos aplicado en relación a la producción del polvo de moringa oleifera, a partir de este proceso, se permite obtener datos significativos que permiten sustentar la viabilidad del proyecto y su respectivo plan de acción.

##### 4.8.1. Plan de acción

Tabla 28

*Plan de acción aplicado para la propuesta*

---

<b>PLAN DE EXPORTACIÓN DEL POLVO DE MORINGA OLEIFERA AL MERCADO SUIZO</b>			
<b>Detalle:</b>	Selección de mercado	<b>Vigencia:</b>	Proceso de exportación 2019 - 2020
<b>Fecha de emisión:</b>	2019	<b>Tiempo:</b>	2019 -2020

---

<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>Producto:</b>	Polvo de moringa oleifera
<b>Ubicación</b>	Guayas – Guayaquil (Ecuador)
<b>Campo de acción:</b>	Frutsesa S.A. (Frutas Selectas)
<b>Producción:</b>	Frutas de exportación, dando apertura al polvo de moringa oleifera

---

<b>Plan elaborado por:</b>	Katherine Nohemí Cano León	Luisa Isabel Mora Allan
----------------------------	----------------------------	-------------------------

---

**FICHA TÉCNICA**

---

**Descripción:**

- La selección del mercado comercial en el cual se va a establecer el producto elaborado a base de la moringa está enfocado de ser distribuido en el territorio independiente de Suiza, ya que al analizar los factores que lo convierten en un lugar adecuado, se encuentran los acuerdos de libre comercio que ha constituido Ecuador con países perteneciente a la UE (Unión Europeo) y aquellos que sean independientes del mismo, siendo factible promover vínculos bilaterales entre ambos estados,
- 

**FICHA TÉCNICA**

---

**Descripción:**

- A partir de esto, cabe destacar que Frutsesa S.A. es una empresa que ya está constituida en el territorio nacional, además de que está caracterizada en el mercado comercial debido a que realiza exportación de frutas a diferentes partes de la Unión Europea, es decir, la entidad ya ha desarrollado vínculos y negociaciones en el ámbito internacional, conociendo los diferentes requisitos y requerimientos que son indispensables para poder efectuar el proceso de exportación.
- En primer lugar, las pequeñas y medianas empresas que vayan a iniciar con el trámite deben realizar una serie de requerimientos entre los cuales, se encuentran: contar con el RUC (Registro Único del Contribuyente) esta documentación legal la autoriza y brinda el Servicio de Rentas Internas – SRI, en este soporte electrónico se demuestra la actividad comercial que ejecuta la entidad.
- De manera conjunta, el siguiente requisito necesario para dar seguimiento al proceso de exportación está basado en obtener la firma electrónica, misma que se adquiere mediante los diferentes portales para cumplir con la función del Token.
- Finalmente, se encuentra el proceso de registro en el portal de Ecuapass, aquel sistema dispone de un formulario elaborado para determinar las características, elementos, medios de transportación y otros factores para la libre movilidad y envío del producto.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### Descripción

- Cuando se hayan cumplido la serie de requisitos explicados anteriormente, se procede a establecer acuerdos con la empresa importadora; es decir, aquella que va a comercializar y adquirir la producción de Frutsesa S.A., en este contexto se obtiene los datos para la respectiva documentación legal a presentarse en el Departamento Aduanero de Exportación, demostrando que cumple con la inspección y ha detallado la mercancía correctamente, lugar de destino, entre otros ítems necesarios de explicar.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### Descripción:

- Tal es el caso que, para elegir la transportación o medio de movilidad de la mercancía a comercializar, como primer paso, es determinar el incoterm que será implementado en este proceso de distribución, basándose en los requerimientos planteados, se ha seleccionado la movilidad a través de tránsito naviero. Por lo tanto, para la exportación del polvo de moringa oleífera, la empresa Frutsesa S.A. ha acordado la vía de transportación, cantidad límite de envío en los contenedores.

---

## FICHA TÉCNICA

---

### Descripción:

- Una vez que se cuente con la debida autorización para la salida de la producción del territorio ecuatoriano al mercado suizo, es importante ya haber establecido los puertos en los cuales se vaya a descargar el producto y demostrar legalmente el lugar y destinatario que va a recibir la producción.
- En el plan de exportación, además cabe destacar que la empresa exportadora maneja la cantidad del envío de productos de acuerdo a lo solicitado, de igual manera las modificaciones o variables presentadas en la comercialización del servicio a los supermercados está establecido por la empresa importadora.

#### 4.8.2. Estudio financiero

Mediante el estudio financiero se va a determinar los valores económicos necesarios para poder desarrollar la propuesta de la investigación, es decir, evaluar la factibilidad en los aspectos financieros durante la etapa de operación de la explotación del polvo de moringa oleífera al mercado internacional suizo. Además de destacar otros aspectos financieros presupuestarios, evaluación de costos y determinación de activos.

#### Detalle de activos fijos aplicados en el desarrollo de la producción

En el siguiente apartado se van a detallar los valores económicos y la descripción de las diferentes actividades o recursos necesarios a utilizar para el proceso de producción.

**Plantación de moringa:** el producto que se va a comercializar y distribuir en el mercado internacional suizo corresponde al polvo de moringa oleífera, por ende, es necesario establecer el proceso o etapas que se deben cumplir para la obtención del producto final. El rubro estimado corresponde a \$25.000,00.

Tabla 29

*Costo de sembrío*

COSTO DE SEMBRÍO DE 10 Ha				
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario(\$)	Costo total(\$)
Sembrado de 6250 plantas de moringa. Este costo está clasificado como cultivo temporal, incluye gastos de agricultor	Plantas	6250	4	\$25.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$25.000,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Maquinarias y equipos:** se caracterizan por ser elementos de producción utilizados en la conversión planta a polvo de la moringa oleífera, permitiendo generar el producto final a comercializarse. Valor estimado por la maquinaria y equipos \$18.033,52.

Tabla 30

*Costo de maquinaria y equipos*

<b>COSTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>	
Secador industrial RXH.	Unidad	1	10.852,43	10.852,43	
Molino vertical PULVEX300.	Unidad	1	1.181,09	1.881,09	
Máquina dosificadora selladora ASA-DS-500S.	Unidad	1	4.800	4.800	
Balanzas # 1 FS905	Unidad	1	100	100	
Balanzas # 2 ACS-C	Unidad	1	50	50	
Montacargas manual Century 3T.	Unidad	1	350	350	
<b>TOTAL</b>				<b>\$18.033,52</b>	

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Herramientas:** corresponde a los diferentes recursos o materiales que serán utilizados para lograr obtener el proceso de producción del polvo de moringa oleífera, el valor presupuestario de las herramientas que se van a utilizar corresponde básicamente en factor económico a un aproxima de \$112,00.

Tabla 31

*Herramientas aplicadas para la producción del polvo de moringa oleifera*

<b>COSTO DE HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Termómetro - Higrómetro Temperatura Y Humedad Digital Htc/1.	1	Unidad	12	12
Medidor de Humedad Temperatura Higrómetro Modelo Ms6508	1	Unidad	100	100
<b>TOTAL</b>				<b>\$112,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Muebles y enseres de producción:** este apartado se determina en relación a los bienes que se van a utilizar para adecuar el área de producción, permitiendo facilitar las diferentes actividades que se desarrollan en la empresa. Los valores económicos establecidos equivalen a \$296,00.

Tabla 32

*Costo de muebles y enseres para la producción*

<b>COSTO DE MUEBLES PARA LA PRODUCCIÓN</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Mesa de acero inoxidable	1	Unidad	200,00	200,00

Sillas	2	Unidad	8,00	16,00
Perchas metálicas	1	Unidad	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$296,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **Inversiones de activos fijos aplicados en el área de administración y ventas.**

**Muebles y enseres para el área administrativa:** este apartado corresponde al mobiliario de la empresa, es decir, se debe cumplir con los requerimientos y satisfacer las necesidades de la empresa con la finalidad de lograr la actividad productiva. El rubro estimado en el área administrativa corresponde a \$280,00.

Tabla 33

*Costo de muebles y enseres para el área administrativa*

<b>COSTO DE MUEBLES PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA</b>					
<b>Detalle</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Escritorio	de	1	Unidad	200,00	200,00
madera					
Silla		1	Unidad	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$280,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Equipos de oficina:** están determinados por ser los equipos tecnológicos que son para uso de los miembros del área administrativa, el valor estimado de equipos de oficina corresponde a \$90,00.



Tabla 34

*Costo de equipos de oficina*

<b>COSTO DE EQUIPO DE OFICINA</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Calculadora Casio	1	Unidad	10,00	10,00
Teléfono móvil	1	Unidad	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$90,00</b>

Elaborado por: Cano &amp; Mora (2020)

**Equipos de computación:** son aquellos medios o recursos tecnológicos utilizados para el funcionamiento de las diferentes actividades administrativas que se van a desarrollar, con la finalidad de lograr obtener la producción. Permitiendo determinar costos y tiempo en el cumplimiento de diferentes actividades. El valor a utilizar asciende a 1150,00.

Tabla 35

*Costo de equipos de computación*

<b>COSTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Computadora escritorio Dell	1	Unidad	950,00	950,00
Impresora Epson L355	1	Unidad	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$1.150,00</b>

Elaborado por: Cano &amp; Mora (2020)

**Mantenimientos preventivos de maquinaria y equipos:** corresponde al mantenimiento y cuidado que se le debe dar a los diferentes recursos, herramientas, materiales tecnológicos y maquinaria utilizada durante el proceso de producción. Rubro estimado 900,00.

Tabla 36

*Costo de mantenimiento de maquinaria*

<b>MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Costo unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Mantenimientos preventivos de maquinaria y equipos	1	Unidad	900,00	900,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$900,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **Resumen de Activos fijos aplicados en el desarrollo de la producción**

En la siguiente tabla se va a compilar todos los rubros antes detallados con sus respectivos valores económicos.

Tabla 37

*Resumen de activos fijos*

<b>RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor total(\$)</b>
Plantación de Moringa	1	25.000,00
Maquinaria y equipo	1	18.033,52
Herramientas de producción	1	112,00

Muebles y enseres de producción	1	296,00
Muebles y enseres para el área administrativa	1	280,00
Equipo de oficina	1	90,00
Equipo de computación	1	1150,00
Mantenimientos preventivos de maquinaria y equipos	1	900,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$45.861,52</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

#### **Detalle de inversión de activos diferidos**

Son aquellos valores económicos que van a generar gastos sobre activos, es decir, aquellos pagos que se deben realizar para poder cumplir con los parámetros establecidos durante el desarrollo o la actividad comercial a desempeñar.

**Contratación de empresa para encuesta:** para el desarrollo de la técnica de investigación correspondiente a la encuesta se tuvo que contratar una empresa que se encargue de realizar las conexiones debidas en el ámbito internacional para poder establecer el proceso de recolección de datos y así obtener información relevante en el presente estudio. El rubro de esta contratación equivale a \$1.500,00.

**Estudios previos para ampliar 10 hectáreas:** debido a que Frutsesa S.A., es una empresa ya establecida en el mercado, debido a que realiza la producción, comercialización y distribución de frutas, era necesarios que extendiera sus áreas de producción ya que va a ingresar al mercado internacional con nueva materia prima. El valor determinado corresponde a \$1.000,00.

**Registros legales:** corresponde a los diferentes permisos, sellos, actualización de datos, entre otros requisitos que eran necesarios de tener para poder establecer acuerdos comerciales con empresas internacionales. Rubro estimado \$700,00.

**Permisos de exportación:** para cumplir con el debido proceso de exportación la empresa Frutsesa S.A., debe tener y contar con toda la documentación y permisos reglamentarios que le permitan establecer alianzas con empresas internacional para el proceso de exportación del polvo de moringa oleifera. Valor monetario aproximado \$160,00.

**Certificaciones requeridas por el mercado europeo:** es necesario que se cumplan con los requerimientos establecidos por la UE para el desarrollo del proceso de exportación. Rubro estimado \$3.500,00.

### Resumen de inversión de activos diferidos

En la siguiente tabla se va a compilar todos los rubros antes detallados con sus respectivos valores económicos.

Tabla 38

*Resumen de activos diferidos*

<b>RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
Contratación de empresa para encuestas	1	1.500,00	1.500,00
Estudios previos o preliminares para ampliar 10hect.	1	1.000,00	1.000,00
Registros legales (actualización de sellos, permisos, entre otros documentos legales).	1	700,00	700,00
Permisos de exportación (registro en portales y demás).	1	160,00	160,00
Certificaciones requeridas por mercado Europeo.	1	3.500,00	3.500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$6.860,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### Amortización de activo diferido

Tabla 39

#### Amortización de activo diferido

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO		
Monto del activo diferido	Años de amortización	Amortización anual
6.860,00	5	\$1.372,00

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### Costo primo

Para la obtención del costo primo se debe tener establecido previamente los costos de materia prima y de mano de obra directa, a partir de este proceso es que se puede estimar el costo primo de la producción.

**Mano de obra directa:** la mano de obra directa se caracteriza por ser el elemento donde se establecen los insumos que serán utilizados para la obtención del polvo de moringa oleífera, por ende, es indispensable determinar las actividades y personal que va a estar encargado de realizar la conversión de planta a polvo para cumplir con los requerimientos establecidos.

Tabla 40

#### Presupuesto de mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA						
Cantidad personal	Descripción	Sueldo unificado	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte patronal 12,15%	Total a pagar(\$)
4	Obrero	400	100,00	100,00	48,60	648,60
<b>TOTAL ANUAL</b>						<b>\$10.377,60</b>
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>						<b>\$2.594,40</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Resumen de costo primo

Tabla 41

*Resumen de costo primo*

<b>RESUMEN DE COSTO PRIMO TRIMESTRE</b>	
<b>Descripción</b>	<b>TOTAL</b>
Mano de obra directa	\$2.594,40
<b>TOTAL DE COSTO PRIMO</b>	<b>\$2.594,40</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Detalle de costos indirectos de producción

Son aquellos valores económicos que deben ser cubiertos por la empresa, es decir, elementos, herramientas y recursos necesarios utilizados en la fabricación de un producto.

**Materia prima indirecta:** corresponde al cumplimiento que debe ejecutar la empresa con el personal para lograr que se mantenga el funcionamiento de la producción, se determina este rubro económico debido a que también significa un elemento indispensable durante el proceso de producción.

Tabla 42

*Presupuesto de materia prima indirecta*

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
49.809	Unidades	Envases bolsa Kraft + etiqueta	0,35	17.433,28
1.245	Unidades	Cajas de cartón	2,50	3.11,09
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$20.546,37</b>
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$5.136,59</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Mano de obra indirecta:** esta parte del proceso operativo la conforma el personal que participa en la producción, siendo elementos que no necesariamente deben estar en contacto directo con la manipulación de materia prima, pero representan a la empresa. El rubro estimado equivale a \$11.197,20.

Tabla 43

*Presupuesto de mano de obra indirecta*

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						
<b>Cantidad personal</b>	<b>Descripción</b>	<b>Sueldo unificado</b>	<b>Décimo tercer sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Aporte patronal 12,15%</b>	<b>Total a pagar(\$)</b>
1	Coordinador de producción	800	200,00	100,00	97,20	1.197,20
<b>TOTAL ANUAL</b>						<b>\$4.788,80</b>
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>						<b>\$1.197,20</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Herramientas o recursos que conforman la indumentaria de producción:** son aquellos recursos, materiales y herramientas que deben utilizar el personal operativo que se encarga del proceso de producción. El valor presupuestario de este apartado representa a \$104,00.

Tabla 44

*Elementos de indumentaria de producción*

<b>ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Valor unitario(\$)</b>	<b>Costo total(\$)</b>
Guantes	8	Unidad	1,25	10,00
Gorros	4	Unidad	3,50	14,00

Delantales	4	Unidad	4,50	18,00
Mascarillas	8	Unidad	1,25	10,00
<b>SEMESTRAL</b>				<b>\$52,00</b>
<b>ANUAL</b>				<b>\$104,00</b>
<b>TRIMESTRAL</b>				<b>\$26,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Útiles de oficina para el área de producción:** son los diferentes materiales que utiliza el personal de oficina, siendo materiales necesarios para realizar las diferentes actividades establecidas en el área de administración. El costo de útiles de oficina corresponde a \$40,00.

Tabla 45

*Materiales de oficina para el área de producción*

<b>ÚTILES DE OFICINA PARA ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
Grapadora, plumas, hojas, cuaderno, etc.	1	Unidad	20,00	20,00
<b>TOTAL SEMESTRAL</b>				<b>\$20,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$40,00</b>
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$10,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Servicios básicos para el área de producción:** para lograr el funcionamiento del área de producción es necesario que se abastezca de los servicios básicos para lograr cumplir con el proceso de producción.



## Servicio de energía eléctrica

Tabla 46

*Presupuesto de energía para el área de producción*

<b>ENERGÍA ELÉCTRICA EN ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
4276	Kilovatios	Energía eléctrica	0,12	513,12
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$513,12</b>
<b>TOTAL SEMESTRAL</b>				<b>\$128,28</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Para ver detalle de la obtención de los 4276kw, dirigirse al Anexo 10.

## Servicio de agua potable para el área de producción

Tabla 47

*Presupuesto de agua potable para el área de producción*

<b>AGUA POTABLE PARA PRODUCCIÓN</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
75	m3	Agua potable	0,43	32,25
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$32,25</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$129,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Resumen de Costos indirectos de producción

En la siguiente tabla se va a compilar todos los rubros antes detallados con sus respectivos valores económicos.

Tabla 48

*Resumen de costo indirecto de producción*

<b>RESUMEN DE COSTO INDIRECTO DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor total(\$)</b>
Materia prima indirecta	5.136,59
Mano de obra indirecta	1.197,20
Elementos de protección personal	26,00
Útiles de oficina para el área de producción	10,00
Energía eléctrica	128,28
Agua potable	32,25
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>	<b>\$6.530,32</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

De esta manera se ha determinado los valores económicos establecidos para cubrir el área de producción, en relación a los gastos que se van a efectuar en servicios básicos, tales como el servicio de energía eléctrica y el servicio de agua potable; recursos necesarios para lograr el proceso de producción.

### **Detalle de Gastos de operación**

Son aquellos gastos que están relacionados principalmente a cumplir con el rol operativo, en este apartado se encuentran los gastos administrativos de la empresa, el área de mantenimiento, fabricación, entre otras áreas que son asociadas a la organización.

**Gastos administrativos:** son aquellos gastos que están enfocados en cubrir los pagos de salarios, sueldos, bonificaciones al personal administrativo.

Tabla 49

*Presupuesto de mano de obra indirecta*

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						
<b>Orden</b>	<b>Descripción</b>	<b>Sueldo unificado(\$)</b>	<b>Décimo tercer sueldo(\$)</b>	<b>Décimo cuarto sueldo(\$)</b>	<b>Aporte patronal(\$)</b>	<b>Total a pagar(\$)</b>
1	Asesor comercial	500	41,7	33,3	60,75	635,75
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>						<b>\$1.907,25</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>						<b>\$7.629,00</b>

Elaborado por: Cano &amp; Mora (2020)

**Servicios básicos para el área administrativa:** para lograr el funcionamiento del área administrativa es necesario que se abastezca de los servicios básicos para lograr cumplir con los requerimientos y necesidades precedidas por la empresa.

**Servicio de energía eléctrica para el área administrativa:** el rubro económico asciende a \$84,00.

Tabla 50

*Presupuesto de energía eléctrica para el área administrativa*

<b>ENERGÍA ELÉCTRICA PARA ÁREA ADMINISTRATIVA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
50	Kilovatios	Energía eléctrica	0,14	7,00
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$21,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$84,00</b>

Elaborado por: Cano &amp; Mora (2020)

**Servicio de agua potable para el área administrativa:** el rubro económico asciende a \$61,92.

Tabla 51

*Presupuesto de agua potable para el área administrativa*

<b>AGUA POTABLE PARA ÁREA ADMINISTRATIVA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
12	m3	Agua potable	0,43	5,16
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$15,48</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$61,92</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Servicio de teléfono para el área administrativa:** el presupuesto del recurso telefónico para el área administrativa equivale a \$192,00.

Tabla 52

*Presupuesto del servicio de teléfono para el área administrativa*

<b>TELÉFONO PARA ÁREA ADMINISTRATIVA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
250	Minutos	Teléfono	0,06	16,00
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$48,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$192,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Servicio de internet:** rubro económico establecido para el servicio inalámbrico de internet equivale a \$240,00.

Tabla 53

*Presupuesto de servicio de internet*

<b>INTERNET</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
1	Mensual	Internet	20,00	20,00
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$60,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$240,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Suministros de oficina para el área administrativa:** son aquellos materiales y recursos necesarios para la empresa, utilizados como útiles o suministros en la oficina. El rubro establecido equivale a \$360,00.

Tabla 54

*Presupuesto de suministros de oficina*

<b>PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario(\$)</b>	<b>Valor total(\$)</b>
1	Varios	Grapadora, plumas, hojas, cuaderno, etc.	30,00	90,00
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>				<b>\$90,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>				<b>\$360,00</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Gastos de ventas

Incluye a todos aquellos gastos que hayan sido generados por la empresa para que el producto pueda llegar al mercado establecido con la mayor seguridad y demostrando que ha cumplido con los requerimientos del cliente para satisfacer sus necesidades y obtenga buena aceptación del consumidor.

**Publicidad y promoción del producto:** el presupuesto establecido en el proceso de promoción y publicidad del producto equivale a \$2.400,00 anuales.

Tabla 55

### *Presupuesto de publicidad*

---

<b>PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES Y MTTTO PÁGINA WEB</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor mensual(\$)</b>
Técnico de mercadotecnia	200,00
<b>TOTAL TRIMESTRAL</b>	<b>\$600,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$2.400,00</b>

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Resumen de Gato de operación

Son aquellos gastos establecidos en los diferentes recursos o servicios que va a contratar la empresa para mejorar la línea de funcionamiento o producción, con el objetivo de cumplir con los estándares propuestos.

Tabla 56

### *Resumen de gastos de operación*

---

<b>GASTO DE OPERACIÓN</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Sueldos y salarios administrativo	1.907,25
Energía eléctrica	21,00

---

Agua potable	15,48
Internet	60,00
Teléfono	48,00
Útiles de oficina	90,00
<b>Total de gastos administrativos trimestral</b>	<b>\$2.147,73</b>

#### **GASTO DE VENTAS**

Publicidad en redes sociales y Mto página web	600,00
<b>Total de gastos en ventas trimestral</b>	<b>\$600,00</b>

**TOTAL DE GASTO DE OPERACIÓN TRIMESTRAL \$2.741,73**

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

#### **Resumen de capital de trabajo**

Son aquellos recursos económicos que utiliza la empresa para cubrir las necesidades, ya sea en insumos, mano de obra, adquisición de herramientas, materia prima, entre otros aspectos.

Tabla 57

*Resumen de capital de trabajo*

#### **RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Trimestral(\$)</b>	<b>Total(\$)</b>
<b>COSTO PRIMO</b>		
Mano de obra directa	2.594,40	
Materia prima indirecta	5.136,59	
Mano de obra indirecta	1.197,20	
Elemento protección personal	26,00	

Útiles de oficina para área de producción	10,00	
Energía eléctrica	128,28	
Agua potable	32,25	
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$9.124,72</b>
<b>GASTO DE OPERACIÓN</b>		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos y salarios administrativo	1.907,25	
Energía eléctrica	21,00	
Agua potable	15,48	
Internet	60,00	
Teléfono	48,00	
Útiles de oficina	90,00	
<b>Total de gastos administrativos</b>		<b>\$2.141,73</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Publicidad en redes sociales y mtto página web	600,00	
<b>Total de gastos en ventas</b>		<b>\$600,00</b>
<b>TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>\$2.741,73</b>
<b>COSTO TOTAL TRIMESTRAL</b>		<b>\$11.866,45</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



## Resumen total de inversión

Corresponde a los diferentes recursos, herramientas, materiales, enseres, personal externo, documentación legal, entre otros requerimientos que va a adquirir la empresa para promover su funcionamiento o mejoramiento en diferentes áreas.

Tabla 58

*Resumen de activos*

<b>RESUMEN DE ACTIVOS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor total(\$)</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Sembrado de 6250 plantas de moringa	25.000,00
Maquinaria y equipo	18.033,52
Herramientas de producción	112,00
Muebles de producción	296,00
Muebles y enseres para el área administrativa	280,00
Equipo de oficina	90,00
Equipo de computación	1150,00
Mantenimientos preventivos de maquinaria y equipos	900,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$45.861,52</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	

Contratación de empresa para encuestas	1.500,00	
Estudios previos o preliminares para ampliar 10hect.	1.000,00	
Registros legales (actualización de sellos, permisos, entre otros documentos legales)	700,00	
Permisos de exportación (registro en portales y demás)	160,00	
Certificaciones requeridas por mercado Europeo	3.500,00	
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$6.860,00</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
Costo de producción	9.124,72	
Costo de operación	2.741,73	
<b>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>\$11.866,45</b>
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>		<b>\$64.587,97</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### Financiamiento

Para cumplir con el financiamiento y lograr de esta manera ejecutar el proyecto se puede establecer fuentes alternas que permitan sustentar la viabilidad de la propuesta. La fuente interna, que es aquella donde los inversionistas serán quienes aporten con el financiamiento

para lograr cumplir con el objetivo planteado. Por otro lado, también se puede aplicar la fuente externa, consiste en fondos facilitados por terceros, permitiendo la ejecución del proyecto.

Tabla 59

*Financiamiento de la inversión*

<b>FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Valor(\$)</b>	<b>Porcentaje</b>
Aporte de Socios	15.000,00	23%
Aporte invertido por Empresa	49.587,97	77%
<b>TOTAL</b>	<b>\$64.587,97</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis de costos**

El análisis de costo está determinado para poder identificar los diferentes recursos que van a ser utilizados para poder ejecutar el proyecto y lograr cumplir los objetivos propuestos durante el desarrollo del análisis financiero. En este apartado se analizan los factores económicos aplicados durante el proceso de producción del polvo de moringa oleífera.

**Costos de producción:** Los costos de producción están enfocados en determinar el análisis monetario que se ha utilizado para lograr obtener el producto. Son aquellos insumos que requieren ser cubiertos por la empresa en función de cumplir con los lineamientos de producción. Equivale a todos los costos de material directo que va a emplear la empresa, por otro lado, el costo indirecto también abarca los gastos generales aplicados por la empresa.

**Gastos de operación:** Son aquellos gastos establecidos en los diferentes recursos o servicios que va a contra la empresa para mejorar la línea de funcionamiento o producción, con el objetivo de cumplir con los estándares propuestos.

**Depreciaciones**

Las depreciaciones corresponden a aquellas pérdidas económicas que se genere en la empresa, en relación a las herramientas utilizadas para obtener producción, es decir, si la

maquinaria no logra cumplir con las expectativas de funcionamiento, no tendrá mayor nivel de aceptación, causando inconvenientes en la producción, por lo que se tendrá que dar por terminada la vida útil de la maquinaria, herramienta de producción, muebles y enseres, entre otros.

Tabla 60

*Depreciaciones de activos fijos*

<b>DEPRECIACIÓN DE ACTIVO FIJOS</b>						
<b>Activo</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Vida útil años</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Depreciación anual(\$)</b>	<b>Valor residual(\$)</b>	
<b>Producción</b>						<b>5 años</b>
Maquinaria y equipo	18.033,52	10	10%	1.803,35	9.016,76	
Herramientas de producción	112,00	10	10%	11,20	56,00	
Muebles y enseres	296,00	10	10%	29,60	148,00	
Sembrado de 6250 plantas de moringa	25.000,00	10	20%	5.000,00	0	
<b>Operación</b>						
<b>Gastos administrativos</b>						
Muebles y enseres para el área administrativa	280,00	10	10%	28,00	140	
Equipo de computación	1.150,00	3	33,33%	383,00	-	
Equipo de oficina	90,00	10	10%	9,00	45	
<b>Gastos de ventas</b>						
<b>TOTAL ACTIVO (Producción + operación)</b>				<b>\$7.264,45</b>	<b>\$9.405,76</b>	

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Tabla 61

*Reinversión de activo fijo*

<b>REINVERSIÓN DE ACTIVO FIJO</b>					
<b>Activo</b>	<b>Costo del activo</b>	<b>Vida útil</b>	<b>% Depreciación</b>	<b>Depreciación anual(\$)</b>	<b>Valor residual(\$)</b>
Reinversión de equipo de computación	1.400,00	3	33,33%	466,62	466,76
<b>TOTAL</b>					<b>\$466,76</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62

*Resumen del costo de producción*

<b>RESUMEN DEL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Año 1(\$)</b>
<b>COSTO PTIMO</b>	
Mano de obra directa	10.377,60
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACION</b>	
Materia prima indirecta	20.546,37
Mano de obra indirecta	4.788,80
Elemento protección personal de producción	104,00
Útiles de oficina para área de producción	40,00
Energía eléctrica	513,12
Agua potable	129,00
Dep. Maquinaria y Equipo	1.803,35
Dep. Herramientas	11,20
Dep. Muebles y Enseres de producción	29,60
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$38.343,04</b>

Elaborado por: Cano &amp; Mora (2020)

Tabla 63

*Resumen de costo de operación*

<b>RESUMEN DE GASTO DE OPERACIÓN</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor total(\$)</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Sueldos y salarios administrativo	7.629,00
Energía eléctrica	84,00
Agua potable	61,92
Internet	240,00
Teléfono	192,00
Útiles de oficina	360,00
Dep. Equipo de computación	383,00
Dep. Muebles y enseres de oficina	28,00
Dep. Equipo de oficina	9,00
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$8.987,22</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	
Publicidad y promoción	2.400,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$2.400,00</b>

Elaborado por: Cano &amp; Mora (2020)

**Análisis:** a partir del proceso de depreciación se puede determinar el tiempo de vida útil que tendrán las herramientas, maquinarias o recursos que va a utilizar la empresa. De tal manera, que al cumplir con el tiempo estimado para cada recurso es importante realizar los cambios debidos, evitando causar inconvenientes que afecten directa e indirectamente a la empresa o a su funcionamiento.

## Presupuesto proformado

El presupuesto confirmado constituye a el dinero que posee la empresa y debe ser utilizado en caso de existir problemas económicos, presencia de inconvenientes en la producción y se deba sacar del mercado e incluso en situaciones de crisis financiera, es decir, el dinero que posea la empresa debe cubrir y hacer frente a las necesidades de la entidad, institución u organización.

Tabla 64

### *Presupuesto proformado*

<b>COSTO TOTAL (5 AÑOS)</b>						
<b>Descripción</b>	<b>AÑO 1(\$)</b>	<b>AÑO 2(\$)</b>	<b>AÑO 3(\$)</b>	<b>AÑO 4(\$)</b>	<b>AÑO 5(\$)</b>	
<b>COSTO PRIMO</b>						
Mano de obra directa	10.377,60	10.377,60	10.377,60	10.377,60	10.377,60	
<b>COSTO INDIRECTO DE FABRICACION</b>						
Materia prima indirecta	20.546,37	20.546,37	20.546,37	20.546,37	20.546,37	
Mano de obra indirecta	4.788,80	4.788,80	4.788,80	4.788,80	4.788,80	
Elemento personal de protección de producción	104,00	104,00	104,00	104,00	104,00	
Útiles de oficina para el área de producción	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	
Energía eléctrica	513,12	513,12	513,12	513,12	513,12	
Agua potable	129,00	129,00	129,00	129,00	129,00	
Dep. Sembrado de 6250 plantas de moringa	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	

Dep. Maquinaria y equipo	1.803,35	1.803,35	1.803,35	1.803,35	1.803,35
Dep. Herramientas	11,20	11,20	11,20	11,20	11,20
Dep. Muebles y enseres de producción	29,60	29,60	29,60	29,60	29,60
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$43.343,04</b>	<b>\$43.343,04</b>	<b>\$43.343,04</b>	<b>\$43.343,04</b>	<b>\$43.343,04</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos y salarios administrativo	7.629,00	7.629,00	7.629,00	7.629,00	7.629,00
Energía eléctrica	84,00	84,00	84,00	84,00	84,00
Agua potable	61,92	61,92	61,92	61,92	61,92
Internet	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Teléfono	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
Útiles de oficina	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Dep. Equipo de computación	383,0	383,0	383,0	383,0	383,0
Dep. Muebles y enseres de oficina	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
Dep. Equipos de oficina	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$8.987,22</b>	<b>\$8.987,22</b>	<b>\$8.987,22</b>	<b>\$8.987,22</b>	<b>\$8.987,22</b>



<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
Publicidad y promoción		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>		<b>\$2.400,00</b>	<b>\$2.400,00</b>	<b>\$2.400,00</b>	<b>\$2.400,00</b>	<b>\$2.400,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>						
Amortización del Activo Diferido		1.372,00	1.372,00	1.372,00	1.372,00	1.372,00
Gastos de exportación		11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00	11.960,00
<b>TOTAL DE OTROS GASTOS</b>		<b>\$13.332,00</b>	<b>\$13.332,00</b>	<b>\$13.332,00</b>	<b>\$13.332,00</b>	<b>\$13.332,00</b>
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>		<b>\$24.719,22</b>	<b>\$24.719,22</b>	<b>\$24.719,22</b>	<b>\$24.719,22</b>	<b>\$24.719,22</b>
<b>EGRESOS TOTALES</b>		<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>
<b>REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO</b>					<b>\$1.400,00</b>	
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$69.462,26</b>	<b>\$68.062,26</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:** de acuerdo a los porcentajes y valores establecidos en la tabla se puede determinar que los costos totales de producción le permitirán a la empresa Frutsesa S.A., establecerse en el mercado comercial de la mano con su producción del polvo de moringa oleifera; por ello, no se ha registrado aumento progresivo del costo debido a que el país registra deflación desde el 2019, con un porcentaje actual de -0,23%, obteniendo como costo total el valor de \$68.062,26 en el primer año; mientras que en el segundo año \$68.062,26, durante el tercer año \$68.062,26, en el cuarto año \$69.462,26 y finalmente en el quinto año \$68.062,26.

### Costo unitario de producción

Es necesario establecer el valor unitario del producto, permitiendo de esa manera determinar si es viable el precio o si debe modificarse de acuerdo al mercado en el cual se va a comercializar. En este caso, es fundamental estipular el costo unitario, número de unidades producidas, entre otros apartados que deben ser contestados en la investigación.

Tabla 65

*Costo unitario de producción*

---

<b>C.U.T.</b>	<b>=</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>=</b>	68.062,26	<b>=</b>	1,366
		<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>		<hr/>		
				49.809		

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

Tabla 66

*Costo unitario de producción*

---

<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>Año</b>	<b>Costo total de producción \$</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>Costo unitario de producción(\$)</b>
1	68.062,26	49.809	1,37
2	68.062,26	49.809	1,37
3	68.062,26	49.809	1,37
4	68.062,26	49.809	1,37
5	68.062,26	49.809	1,37

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Precio de venta al público:** es importante establecer el precio de producción para determinar el costo unitario del producto, permitiendo que sea accesible para el consumidor y genere aceptación al público.

Tabla 67

*Precio de venta al público*

<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>				
<b>Año</b>	<b>Costo unitario de producción</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>Precio de venta al público (USD)</b>	<b>P.V.P (CHF)</b>
1	1,37	219%	4,44	4,00
2	1,37	219%	4,44	4,00
3	1,37	219%	4,44	4,00
4	1,37	219%	4,36	4,00
5	1,37	219%	4,44	4,00

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Ingreso por ventas:** corresponde a aquellos valores económicos que va a adquirir la empresa mediante le comercialización, venta y distribución del polvo de moringa oleifera a los supermercados de Suiza, con la finalidad de posicionar el producto en la mente del consumidor y lograr mantenerse en el mercado.

Tabla 68

*Ingreso por ventas*

<b>INGRESO POR VENTAS</b>			
<b>Año</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>P.V.P. Ajustado</b>	<b>Ingreso por ventas</b>
<b>1</b>	49.809	4,44	221.202,33
<b>2</b>	49.809	4,44	221.202,33
<b>3</b>	49.809	4,44	221.202,33
<b>4</b>	49.809	4,36	217.168,90
<b>5</b>	49.809	4,44	221.202,33

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

## Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias corresponde al estado financiero de la empresa, dando a conocer los ingresos y egresos económicos que adquiera o pierda de la producción del polvo de moringa oleífera durante el periodo de 5 años, así también se podrá determinar el impacto comercial que se obtenga del producto, en caso de no lograr la aceptación adecuada se deberá modificar, mejorar o retirar del mercado el producto.

Tabla 69

*Estado de pérdidas y ganancias*

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 1(\$)</b>	<b>Año 2(\$)</b>	<b>Año 3(\$)</b>	<b>Año 4(\$)</b>	<b>Año 5(\$)</b>	
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	221.202,33	221.202,33	221.202,33	217.168,90	221.202,33	
Valor residual		-	0,12	-	9.872,52	
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$221.202,33</b>	<b>\$221.202,33</b>	<b>\$221.202,45</b>	<b>\$217.168,90</b>	<b>\$231.074,85</b>	
<b>EGRESOS</b>						
Costo de producción	43.343,04	43.343,04	43.343,04	43.343,04	43.343,04	
Costo de operación	24.719,22	24.719,22	24.719,22	24.719,22	24.719,22	
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	<b>\$68.062,26</b>	
<b>VALOR GRAVABLE</b>	<b>153.140,08</b>	<b>153.140,08</b>	<b>153.140,19</b>	<b>149.106,64</b>	<b>163.012,60</b>	

Utilidad a trabajadores 15%	22.971,01	22.971,01	22.971,01	22.366,00	24.451,89
<b>UTILIDADES ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$130.169,06</b>	<b>\$130.169,06</b>	<b>\$130.169,16</b>	<b>\$126.740,64</b>	<b>\$138.560,71</b>
Impuesto a la renta 25%	32.542,27	32.542,27	32.542,29	31.685,16	34.640,18
UTILIDAD NETA	97.626,80	97.626,80	97.626,87	95.055,48	103.920,53
Reserva Legal (10%)	9.762,68	9.762,68	9.762,69	9.505,55	10.392,05
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$87.864,12</b>	<b>\$87.864,12</b>	<b>\$87.864,18</b>	<b>\$85.549,93</b>	<b>\$93.528,48</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

### **Evaluación financiera**

La evaluación financiera se ha aplicado en el presente proyecto para determinar los niveles que se obtenga de rentabilidad para la producción del polvo de moringa oleifera en el mercado internacional, ya que permite evaluar los ingresos que adquiera la empresa, y a su vez la afectación que se puede generar ante posibles inconvenientes económicos. Por ende, se considera indispensable realizar el estudio financiero, a partir de la evaluación del área específica de la empresa.

Por lo tanto, la información que se ha desarrollado en la investigación permite demostrar la factibilidad y viabilidad de elaborar el proyecto de estudio financiero, además del nivel de alcance que se obtenga del proceso de exportación del polvo de moringa oleifera al mercado internacional de Suiza.

## Flujo de caja

Consiste en la elaboración de un informe financiero detallado para determinar los ingresos y egresos económicos que se produzcan en la empresa durante el tiempo que se establezca, permitiendo conocer y analizar la aceptación de los clientes y consumidores con la materia prima de la empresa. Además de comprobar la rentabilidad del proyecto de investigación que se va a ejecutar.

Tabla 70

*Flujo de caja*

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Denominación</b>	<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>INGRESOS</b>						
Varios		221.202,33	221.202,33	221.202,33	217.168,90	221.202,33
Aporte de socios	15.000,00	-	-	-	-	-
Aporte invertido por empresa	49.587,97	-	-	-	-	-
(+) valor residual	-	-	-	0,12	-	9.872,52
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>64.587,97</b>	<b>221.202,3</b>	<b>221.202,3</b>	<b>221.202,4</b>	<b>217.168,9</b>	<b>231.074,9</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activos Fijos	45.861,52	-	-	-	-	-
Activos diferidos	6.860,00	-	-	-	-	-
(+) Costo de Producción	9.124,72	43.343,04	43.343,04	43.343,04	43.343,04	43.343,04
(+) Costo de Operación	2.741,73	24.719,22	24.719,22	24.719,22	24.719,22	24.719,22
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>64.587,97</b>	<b>68.062,26</b>	<b>68.062,26</b>	<b>68.062,26</b>	<b>68.062,26</b>	<b>68.062,26</b>

<b>UTILIDAD</b>	<b>153.140,1</b>	<b>153.140,1</b>	<b>153.140,2</b>	<b>149.106,6</b>	<b>163.012,6</b>
<b>ANTES PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>					
(-) 15% utilidad a los trabajadores	22.971,0	22.971,0	22.971,0	22.366,0	24.451,9
<b>(=) UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>130.169,1</b>	<b>130.169,1</b>	<b>130.169,2</b>	<b>126.740,6</b>	<b>138.560,7</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	32.542,3	32.542,3	32.542,3	31.685,2	34.640,2
<b>(=) UTILIDAD GRAVABLE</b>	<b>97.626,8</b>	<b>97.626,8</b>	<b>97.626,9</b>	<b>95.055,5</b>	<b>103.920,5</b>
(+) Depreciaciones	7.264,4	7.264,4	7.264,4	7.347,8	7.347,8
(+) Amortización de Activos Diferidos	1.372,00	1.372,00	1.372,00	1.372,00	1.372,00
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>106.263,2</b>	<b>106.263,2</b>	<b>106.263,3</b>	<b>103.775,3</b>	<b>112.640,3</b>
(-) Reversión en equipos de computación				1.400,00	
<b>(=) FLUJO DE CAJA</b>	<b>106.263,2</b>	<b>106.263,2</b>	<b>106.263,3</b>	<b>105.175,3</b>	<b>112.640,3</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis del flujo de caja:** mediante la elaboración detallada del flujo de caja se han obtenido los siguientes valores económicos que permiten demostrar la viabilidad y el sustento financiero de la empresa, durante el primer año \$106.263,2 dólares, en el segundo año 106.263,2; durante el tercer año \$106.263,3; mientras que para el cuarto año \$105.175,3 y finalmente para el quinto año es de \$112.640,3 dólares. Lo que permite indicar que el análisis financiero de la empresa demuestra la rentabilidad de realizar la producción del polvo de moringa oleífera al mercado internacional.

## Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto o mejor conocido por sus siglas VAN, consiste en brindar información para conocer la viabilidad del proyecto, es decir, determinar el nivel de ganancia o pérdida que se va a alcanzar al realizar la inversión del producto que se va a desarrollar.

## Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -Inv + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Tasa de descuento =  $(1+i)^n$

Tabla 71

Valor actual neto

Años	Flujo Neto efectivo (FNE)	$(1+i)^n$	FNE/ $(1+i)^n$
0	<b>-64.587,97</b>		-64.587,97
1	106.263,25	1,10	96.602,95
2	106.263,25	1,21	87.820,86
3	106.263,32	1,33	79.837,20
4	105.175,25	1,46	71.836,11
5	112.640,30	1,61	69.940,77
		<b>VAN</b>	<b>\$341.449,93</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)



Tabla 72

*Presentación del VAN*

<b>DATOS</b>	
T (tasa)	10,00
$i=T/100$	0,10
Inversión	<b>\$64.587,97</b>

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno, es aquella que permite determinar el estado de inversión del proyecto, ya que tiene como objetivo principal centrarse en demostrar el nivel de rentabilidad de incorporar al mercado un nuevo producto y el nivel de aceptación por parte de los consumidores.

El TIR, toma en consideración el nivel de inversión inicial que va a utilizar la empresa para posicionar el producto en el mercado, permitiendo además incrementar las ganancias en la empresa.

Tabla 73

*Tasa interna de retorno*

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>VAN</b>
0%	\$472.017,39
5%	\$399.577,83
10%	\$341.449,93
15%	\$294.171,42
20%	\$255.242,33
25%	\$222.827,68

---

30%	\$195.560,20
35%	\$172.406,97
40%	\$152.577,68
45%	\$135.460,45
50%	\$120.576,38
55%	\$107.546,81
60%	\$96.069,52
135%	\$13.080,58
140%	\$10.408,41
145%	\$7.908,87
150%	\$5.566,22
155%	\$3.366,53
160%	\$1.297,44
165%	(\$652,07)
150%	(\$2.491,83)

---

TIR	163%
-----	------

---

Elaborado por: Cano & Mora (2020)

**Análisis:** la Tasa Interna de Retorno es de gran importancia, puesto que mediante la aplicación del proyecto se podrá demostrar el nivel de rentabilidad que se vaya a obtener de realizar la comercialización del polvo de moringa oleífera al mercado internacional de Suiza. Además de analizar el costo de ingresos, egresos y capital para conocer si el costo de capital es mayor o menor, en relación a la rentabilidad del proyecto.

## **Conclusiones:**

- En la realización del presente proyecto se ha evidenciado la necesidad de poder promover la exportación del polvo de moringa oleifera en el mercado internacional, debido a que existen limitadas empresas que están encargadas de realizar esta actividad comercial, permitiendo ingresar a la competencia de la mano de un producto innovador, enfocado en mejorar la salud nutricional de los consumidores, generar conciencia ecológica y dar a conocer la marca nacional en territorio extranjero.
- La empresa Frutsesa S.A., actualmente se encuentra establecida en el territorio nacional, además esta entidad comercial ha permitido la exportación de frutas a diferentes mercados pertenecientes a la Unión Europeo, demostrando a partir de ello, los beneficios que se pueden obtener de mantener relaciones comerciales con países que poseen materia prima de calidad para adquisición de la población, con valor monetario viable y confiable.
- Es importante capacitar a las empresas para que conozcan los diferentes requisitos que deben cumplir antes de iniciar con el proceso de exportación, permitiendo cumplir con las obligaciones planteadas en el proceso de comercialización internacional, logrando que las empresas propongan negociaciones con otras entidades y desarrollar de manera transparente el protocolo de exportación.
- El plan de exportación del presente proyecto ha sido diseñado con el objetivo de dar a conocer la necesidad de promocionar un producto que oferte calidad y a la vez genere respeto al medio ambiente, utilizando empaques ecológicos con fines biodegradables para mejorar la compra – venta del producto.

## **Recomendaciones:**

- Permitir que las pequeñas y medianas empresas logren realizar acuerdos comerciales con otros países para promocionar su producción nacional, con la finalidad de dar a conocer la marca ecuatoriana en el territorio extranjero y además posicionarse en la mente de los consumidores con servicios de calidad y ofertando negociaciones favorables para los acuerdos bilaterales entre naciones.
- Destacar que a partir del acuerdo establecido en el Ecuador con países pertenecientes a la Unión Europea y ciertas partes independientes de Europa se pueden establecer convenios comerciales que benefician a las pequeñas y medianas empresas, logrando la difusión de la marca y posicionándose como producto innovador.
- Capacitar al sector industrial en relación a los requerimientos que se deben desarrollar para constituir una empresa, obtener RUC, firma electrónica y demostrar su actividad comercial en relación al proceso de exportación.
- Utilizar los diferentes recursos o herramientas digitales para lograr mayor alcance de recepción por parte de las empresas, debido a que en la actualidad los medios digitales permiten promocionar a las marcas, productos y materia prima con el objetivo de establecer relaciones comerciales con empresas internacionales.

## Referencias

- Angulo, C., & Céspedes, J. (Octubre de 2018). *Universidad de Lima*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2019, de Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta de producción de moringa oleífera en polvo:  
<http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/8441>
- Banco Central del Ecuador. (24 de Julio de 2019). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de Porcentaje total de la actividad comercial en el Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/299-evoluci%C3%B3n-de-la-balanza-comercial/>
- Banco Central del Ecuador. (Enero-Julio de 2019). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2019, de Balanza Comercial de Ecuador:  
<https://www.bce.fin.ec/>
- Canett, R., Arvayo, K., & Ruvalcaba, N. (2014). Aspectos tóxicos más relevantes de moringa oleífera y sus posibles daños. *Ciencias Biológicas y de la Salud*, 36-43. Recuperado el 10 de Noviembre de 2019
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. (29 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. Recuperado el 29 de Enero de 2020, de Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI:  
<https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 29 de enero de 2020, de Constitución de la República del Ecuador:  
[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- datosmacro.com. (2019). *Producto Interno Bruto de Suiza*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2019, de Informe general del PIB trimestral de Suiza en el segundo trimestre:  
<https://datosmacro.expansion.com/pib/suiza>

Duarte, H., & Coello, O. (Septiembre de 2018). Plan de exportación de hoja procesada de moringa de la empresa Mirelya S.A. hacia el mercado París, Francia. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-12. Recuperado el 10 de Noviembre de 2019

FAO. (s.f.). *Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2019, de Prioridades de la FAO en Suiza: <http://www.fao.org/countryprofiles/index/es/?iso3=CHE>

García, I., Mora, J., Estrada, J., & Piñeros, R. (2016). ¿Cuál es el efecto de la moringa oleífera sobre la Dinámica Ruminal? Revisión sistemática. *Grupo de investigaciones Sistemas Agroforestales Pecuarios*, 28(1), 43-55. Recuperado el 10 de Noviembre de 2019, de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rivep/v28n1/a04v28n1>

González Minero, F. (Mayo de 2018). Un estudio transversal de moringa oleífera. *Dominguezia*, 34(1), 5-25. Recuperado el 10 de Noviembre de 2019, de <http://www.dominguezia.org/volumen/articulos/34101>

Quezada Rueda, L., & Villalva Pico, K. (2017). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de Investigación de mercado en el cantón Huaquillas sobre bebidas a base de moringa oleífera: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20667/1/Tesis%20de%20Moringa.pdf>

REGLAMENTO DEL AL TÍTULO FACILITACIÓN ADUANERA DEL CÓDIGO DE PRODUCCIÓN. (19 de Mayo de 2011). *Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción*. Recuperado el 29 de Enero de 2020, de Reglamento al Título Facilitación Aduanera del Código de Producción: [https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2\\_ene\\_2015\\_Reglamento\\_Facilitacion\\_Aduanera.pdf](https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf)

Tello Fuentes, D. (Julio de 2018). *Universidad Rafael Landívar*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2019, de "Viabilidad de exportación de la planta de moringa en polvo hacia Canadá": <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/Tello-Diego.pdf>

[www.freepik.es](http://www.freepik.es). (19 de Junio de 2018). *Polvo de moringa oleífera*. Recuperado el 12 de Enero de 2020, de Presentación del polvo de moringa oleífera adquirido de la hoja: [www.freepik.es](http://www.freepik.es)

# A N N E X O S

## Anexo I. Formato de permiso

### SOLICITUD DE EMISIÓN PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS PARA PRODUCCIÓN

#### SOLICITUD APROBADA

QUITO, 30 de septiembre del 2015

No. de Solicitud: 1005843595

FRUTSESA FRUTAS SELECTAS S.A.

RUC No: 0992444592001

Dirección: GUAYAQUIL, S/N, A UNA CUADRA DEL COLEGIO DOMINGO SANTIESTEBAN,  
SOTAVENTO 5 PUERTO SANTA ANA ETAPA 1 1

De mi consideración, me permito informarle que la solicitud de **Emisión de Comprobantes Electrónicos para la ejecución en PRODUCCIÓN** ha sido aprobada, para **Factura, Notas de Crédito, Notas de Débito, Guías de Remisión, Comprobante de Retención, LOTE ELECTRONICO**.

El sujeto pasivo autorizado a emitir comprobantes electrónicos se compromete expresamente a proporcionar la información que sea requerida por el Servicio de Rentas Internas en dispositivos magnéticos o electrónicos, conforme a la ficha técnica que se encuentra disponible en la página Web del Servicio de Rentas Internas.

Se ha generado 0 claves de acceso para uso contingente, se remitirá a la dirección de correo electrónico un archivo con las claves de acceso generados para utilizarlas como medida contingente, en caso de requerir claves adicionales, previamente deberán haber sido autorizadas las solicitudes con anticipación.

Las fallas o cortes de energía que pueden ocasionarse no son justificación para que el contribuyente deje de emitir y entregar comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, por lo que deberán solicitar claves de acceso contingentes que solventarán cualquier evento por un tiempo limitado.

El uso incorrecto de los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios firmados electrónicamente por parte del contribuyente, constituye una infracción tributaria, la misma que será sancionada conforme a las disposiciones legales vigentes.

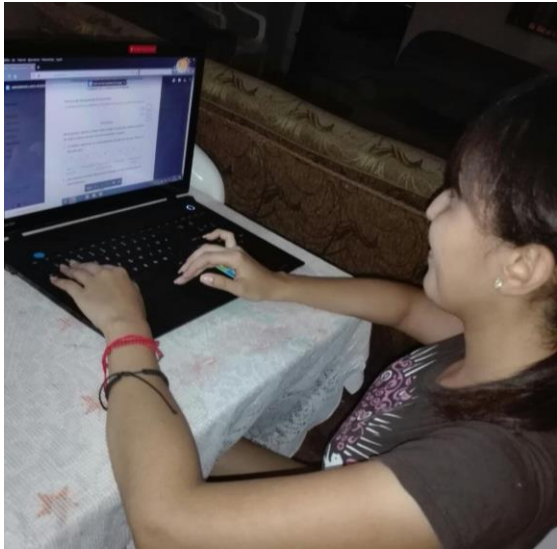
El contribuyente deberá mantener al día sus obligaciones tributarias, actualizada la información en el RUC y la dirección de correo electrónico, la misma que servirá como medio de contacto; sus registros contables serán establecidos conforme la emisión de los documentos electrónicos emitidos. La información receiptada y almacenada en la base del Servicio de Rentas Internas permanecerá por el periodo que determine la Administración Tributaria.

El sujeto pasivo es el responsable de la administración de los establecimientos, puntos de emisión y que la numeración sea secuencial para cada comprobante de venta, retención y documento complementario firmado electrónicamente.

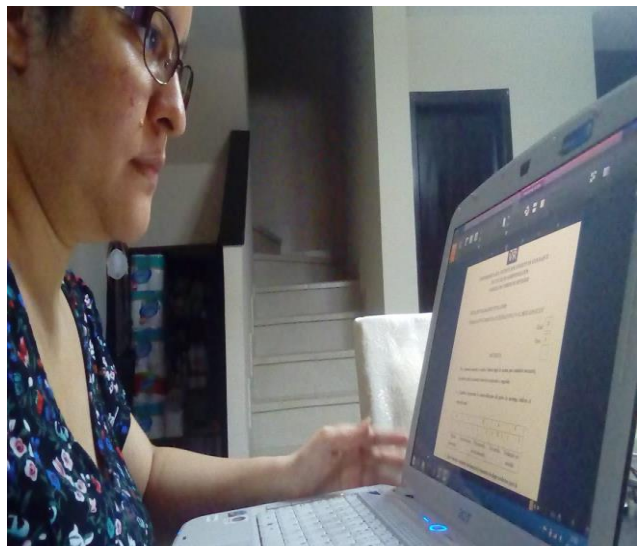
Servicio de Rentas Internas



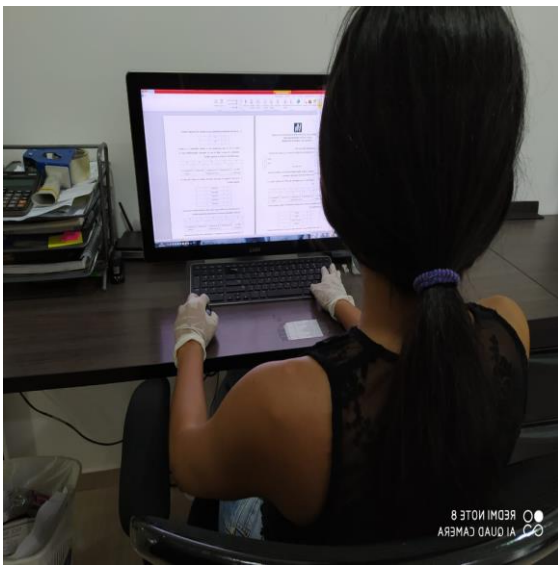
Anexo 2. Evidencias fotográficas de la realización de encuestas



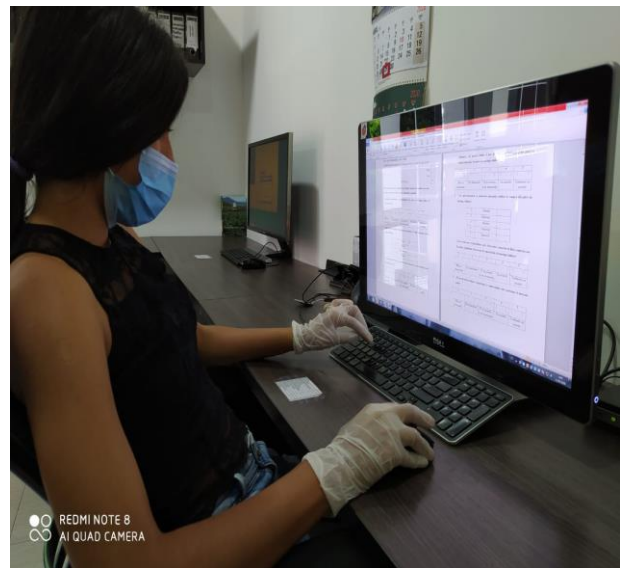
**Presentación de encuestas**



**Presentación de encuestas**



**Presentación de encuestas**



**Presentación de encuestas**

### Anexo 3. Evidencias fotográficas de la presentación de la propuesta



**Presentación de empaques**



**Presentación de empaques**



**Presentación de empaques**

**SECCIÓN II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL**

---

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>
<b>12</b>	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje.
<b>12.11</b>	Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.
<b>1211.90</b>	-Los demás:
<b>1211.90.90</b>	- - Los demás

---

## Dosificadora – Selladora Simple



Modelo: ASA-DS-500S



### APLICACIÓN

Máquina dosificadora volumétrica por succión e inyección, diseñada para envasar productos **líquidos de mediana y alta viscosidad (pastosos)** inclusive con partículas sólidas, en fundas prefabricadas o envases rígidos. Incluye estación de sellado por temperatura constante para bolsas.

Ideal para envasar mermeladas, salsas, pastas de maní o ajo, yogur con frutas, condimentos, pulpas de fruta, miel, manjar, champú, rinse, gel, cremas cosméticas, entre otros.

### CARACTERÍSTICAS

- Tolva de alimentación con sensor de nivel.
- Accionamiento electro neumático.
- Permite dosificar un envase por ciclo.
- Fácil regulación del volumen a envasar.
- Dosificación exacta en cada envase.
- Soportes regulables según altura de envases.
- Boquilla intercambiable según el tipo de envase.
- Control de temperatura digital con termocupla.
- Fácil desarmado para limpieza de las partes.
- Estructura de acero inox. A304, que garantiza una alta calidad y durabilidad, cumpliendo además con exigencias sanitarias para envasado.



### ESPECIFICACIONES

Volumen de Dosificación	Desde 30 c.c. hasta 500 c.c. (Opcional para otros rangos de llenado)
Rendimiento	Aprox. 10 envases x minuto (600 envases por hora)
Tamaños de Envases	Cualquier tamaño de botellas, o fundas hasta máximo 200 mm de ancho.
Tipos de envases	De PVC, polietileno, PET, vidrio, etc. Fundas de material termosellable.
Material de la estructura	Acero inoxidable AISI 304
Operación	Sistema de control electrónico con temporizador para el sellado
Tensión requerida	110 VAC, 60 Hz. Consumo aprox. 0,5 Kw
Requerimiento	Aire comprimido a 90 PSI (6 bares) Consumo Aprox. 4.6 CFM
Dimensiones	Ancho 1.200 mm, Fondo 600 mm, Alto Total 1.870 mm
Peso	70 Kg. (neto)

### Accesorios ESTANDARD

- Mesa soporte de acero inoxidable
- Soportes regulables para recipientes o fundas
- Unidad de mantenimiento para aire comprimido

### Accesorios OPCIONALES

- Válvula de flotador para llenado de tolva
- Impresora Térmica de 2 o 3 filas
- Coronadora Neumática Manual
- Perforador para Fundas

Anexo 6. Cotización de maquinaria y equipos de producción



1535 NW 79th Ave  
Doral, FL 33126

**ITS Quote**

Date 5/27/2020

Quote # 19498

<b>Quote For:</b>
FRUTSESA FRUTAS SELECTAS SA Ecuador

Incoterms
EXW FACTORY
Terms
Credit Card

Person requesting Quote	Rep	Email	Requisition No.	Availability
				TO BE DETERMIN...

Qty	Item	Description	Unit Price	Total
1	Equipment	Secador industrial RXH Longhang Model RXH 500 Kg/Hr	10,852.43	10,852.43
1	Equipment	Molino vertical PULVEN300 200 Kg/Hr	1,881.09	1,881.09
1	Equipment	Máquina dosificadora selladora ASA-DS-500S Astimac 300Kg/Hr	4,800.00	4,800.00
1	Equipment	Balanza # 1 FS905 Century Mod FS905 500Kg/Hr	100.00	100.00
1	Equipment	Balanza # 2 ACS-C Premier Mod. ACS-C 40 Kg/Hr	50.00	50.00
1	Equipment	Montacargas manual Century 3T Century Mod. 3T 3000Kg/Hr	350.00	350.00

Min Order \$100.00 U.S. Prices valid 30 days Delivery time is subject to availability Prices Do Not Include Taxes, Duties, Documents, Insurance, and/or Other Export/Import Costs ITS, Inc. is not responsible for Wire Transfer Fees. Past Due Accounts will be subject to 1.5% Charge per Month or Portion Thereof Buyer agrees to the Terms & Conditions

<b>Total</b>	518,033.52
--------------	------------

Anexo 7. Cotización de maquinaria y equipos de producción



1535 NW 79th Ave  
Doral, FL 33126

**ITS Quote**

Date 5/27/2020

**Quote # 19499**

<b>Quote For:</b>
Katherine Cano Leon Ecuador

<b>Incoterms</b>
<b>Terms</b>

Person requesting Quote	Rep	Email	Requisition No.	Availability
				TO BE DETERMIN...

Qty	Item	Description	Unit Price	Total
1	Equipment	Secador industrial RXH Longhang Model RXH 500 Kg/Hr	10,852.43	10,852.43
1	Equipment	Molino vertical PULVEX300 200 Kg/Hr	1,881.09	1,881.09
1	Equipment	Máquina dosificadora selladora ASA-DS-500S Astimec 300Kg/Hr	4,800.00	4,800.00
1	Equipment	Balanzas # 1 FS905 Century Mod FS905 500Kg/Hr	100.00	100.00
1	Equipment	Balanzas # 2 ACS-C Premier Mod. ACS-C 40 Kg/Hr	50.00	50.00
1	Equipment	Montacargas manual Century 3T Century Mod. 3T 3000Kg/Hr	350.00	350.00

Min Order \$100.00 U.S. Prices valid 30 days Delivery time is subject to availability Prices Do Not Include Taxes, Duties, Documents, Insurance, and/or Other Export/Import Costs ITS, Inc. is not responsible for Wire Transfer Fees. Past Due Accounts will be subject to 1.5% Charge per Month or Portion Thereof Buyer agrees to the Terms & Conditions

<b>Total</b>	\$18,033.52
--------------	-------------

• **Dry-Van 20' (20' x 8' x 8'6")**

<b>PESO</b>	<b>VACIO</b>	2.250 Kg	
	<b>PESO MAXIMO</b>	26.240 Kg	
<b>MEDIDAS</b>	<b>EXTERNO</b>	<b>INTERNO</b>	<b>PUERTAS ABIERTAS</b>
<b>LARGO</b>	6.058 mm	5.900 mm	-
<b>ANCHO</b>	2.438 mm	2.345 mm	2.335 mm
<b>ALTO</b>	2.591 mm	2.400 mm	2.290 mm
<b>VOLUMEN</b>	33,30 m3		



• **Dry-Van 40' (40' x 8' x 8'6")**

<b>PESO</b>	<b>VACIO</b>	3.630 Kg	
	<b>PESO MAXIMO</b>	26.850 Kg	
<b>MEDIDAS</b>	<b>EXTERNO</b>	<b>INTERNO</b>	<b>PUERTAS ABIERTAS</b>
<b>LARGO</b>	12.192 mm	12.030 mm	-
<b>ANCHO</b>	2.438 mm	2.345 mm	2.335 mm
<b>ALTO</b>	2.591 mm	2.400 mm	2.290 mm
<b>VOLUMEN</b>	67,70 m3		



**Presentación de medidas**

CONTENEDOR	Nº DE PALLETS	GRÁFICO
<b>20' STANDARD</b>	10 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	11 europallets 1,2 x 0,8m	
<b>40' STANDARD</b>	21 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	25 europallets 1,2 x 0,8m	

**Presentación de medidas**

## Anexo 9. Envases biodegradables



Las fundas DOYPACK con zipper son la mejor opción de empaqueo ya que con ellas se reemplazan todo tipo de empaques rígidos como las botellas de plástico, vidrio, tarros, etc.

Estas fundas son apropiadas para el empaqueo de productos como:

- Productos alimenticios
- Snacks
- Café
- Cosméticos
- Té
- Entre otros
- Comida para mascotas
- Nueces

Barrera protectora a:

- La luz
- El oxígeno
- La humedad

**MODELOS y PRECIOS: DOYPACK sin ventana**

10 x 13 cm  
100 unidades: 8 usd  
1500 unidades: 120 usd

13 x 21 cm  
100 unidades: 18.67 usd  
1500 unidades: 280 usd

10 x 18 cm  
100 unidades: 13.33 usd  
1500 unidades: 200 usd

15 x 25 cm  
100 unidades: 25.33 usd  
1500 unidades: 380 usd



Anexo 10. Maquinaria y equipos aplicados para el proceso de producción

**MÁQUINAS Y EQUIPOS APLICADOS PARA EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL  
POLVO DE MORINGA OLEIFERA**

<b>Máquinas/ equipos</b>	<b>Marca</b>	<b>Capacidad (KG/HR)</b>	<b>KW/HR</b>	<b>Uso HR/DÍA</b>	<b>DÍAS/ AÑO</b>	<b>KW HR/AÑO</b>
Secador industrial RXH	LONG CHANG	500	22,37	2	80	3579,2
Molino vertical PULVEX300	PULVEX	200	3,73	2	80	596,8
Máquina dosificadora selladora ASA-DS-500S	ASTIMEC	300	0,5	1	80	40
Balanzas # 1 FS905	CENTUR Y	500	0,25	2	80	40
Balanzas # 2 ACS-C	PREMIER	40	0,25	1	80	20
Montacargas manual Century 3T	CENTUR Y	3000		-		
<b>TOTAL KWHR/AÑO</b>						<b>4276</b>

### APROBACIÓN DEL ACUERDO EFTA PERMITE A ECUADOR CONSOLIDARSE EN EL MERCADO EUROPEO

Luego de un proceso de negociación comercial que inició en 2016 y concluyó en 2018, con la suscripción del Acuerdo Comercial con la Asociación Europea de Libre Comercio EFTA, hoy se consolidó este proceso de manera positiva, con la aprobación del Acuerdo por parte del Pleno de la Asamblea Nacional, con 133 votos a favor, de 134 presentes.

Esta aprobación permitirá una relación estable y de confianza, con los países del EFTA, ocasionando un incremento de los flujos comerciales y de inversiones bilaterales, lo que impulsará a su vez la generación de mayores plazas de empleo en el sector productivo exportador, así como el desarrollo e inserción de las MIPYMES y de la Economía Popular y Solidaria.

El Acuerdo fue negociado en términos favorables para el Ecuador, respetando las diferencias en los niveles de desarrollo, por lo que incluye condiciones que impulsan la presencia de nuestros productos en esos países, a la vez que se protege a los sectores ecuatorianos más sensibles, principalmente los de la rama agrícola.

Además, permitirá al país igualar e incluso mejorar las condiciones de competitividad que tienen nuestros principales competidores, lo que dará paso al incremento de las exportaciones de productos ecuatorianos que ya tienen presencia en esos países.

El EFTA actualmente está conformado por Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia; países con los que el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca ha venido impulsando la ratificación del Acuerdo. Liechtenstein fue el último país del EFTA en depositar su instrumento de Ratificación el 3 de marzo pasado, por lo que la aprobación por parte de la Asamblea Nacional, y posterior ratificación del presidente de la República, Lenin Moreno, dará paso a su entrada en vigencia con cada uno de los países de este bloque comercial.

Una vez concluidos los procesos internos, se estima que el Acuerdo estará vigente a inicios del mes de agosto del presente año, debido al plazo que establece este instrumento comercial para su entrada en vigencia.

Creado en 1960 este bloque económico es un mercado potencial para el crecimiento de la presencia de nuestros productos de exportación, debido a que abarca alrededor de 14 millones de consumidores con un alto poder adquisitivo. Por esta misma característica, el EFTA es un mercado de nichos para importantes productos de nuestra oferta exportable, tradicional y no tradicional.

El MPCEIP ratifica el compromiso de abrir paso a una política comercial que fomente el desarrollo sostenible de la oferta exportable y diversificación de la misma, más aún en estos tiempos difíciles, contar con estos instrumentos permiten facilitar el acceso de los productos ecuatorianos a los mercados internacionales y reactivar el sector productivo y nuestra economía.

## Anexo 12. Test potencial exportador



<b>NOMBRE EMPRESA AUDITADA:</b>		Frutas Selectas S.A.				
<b>RUC:</b>	0992444592001	<b>Nombre de contacto:</b>		Ing. Mauricio Cohn		
<b>Sector y producto:</b>	Alimenticio – Polvo de moringa oleífera	<b>Fecha:</b>		Enero / 2019		
<b>Marcar [x] el mercado al cual desea ingresar</b>	<input type="checkbox"/> Unión Europea		<input type="checkbox"/> Asia			
	<input type="checkbox"/> Estados Unidos		<input type="checkbox"/> Resto del mundo			
<b>Información de la empresa</b>		<b>CUMPLE</b>	<b>CUMPLE PARCIALMENTE</b>	<b>NO CUMPLE</b>	<b>NO APLICA</b>	<b>OBSERVACIONES / COMENTARIOS</b>
La empresa cuenta con Registro de Operador de Comercio Exterior en ECUAPASS y conoce sobre elaboración y envío de documentos de soporte y acompañamiento a través del mismo (DAE, DIX, CO, Certificados varios)		X				
Según la naturaleza de su producto, el mismo cuenta con certificación fitosanitaria, registro sanitario, certificación cosmética, etc?		X				
Su empresa conoce y sabe estructurar los precios de exportación de sus productos (FOB, CIF, DDP, etc). (Considerar que los Incoterms son especificados en la factura comercial como en los diferentes instrumentos de pago)		X				
1.-La empresa cuenta con suficiente capacidad de producción / cosecha para satisfacer las demandas del mercado. (diario, semanal, mensual). 2.-Según la naturaleza de su producto, especificar la unidad de medida: unidades, kilogramos, toneladas		X				
La empresa cuenta con un abastecimiento de materias primas que le permitan asegurar el volumen de producción (Materias primas importadas o nacionales). Indicar períodos de abastecimiento (diario, semanal, mensual)		X				
Conoce usted las normas de empaque, empaque, etiquetado, regulaciones extranjeras, estándares de calidad de los mercados externos?		X				
La empresa cuenta con recursos o materiales de promoción comercial (Sitio Web, marca, folletos, tarjetas de presentación, etc.) en idioma manejado en el mercado destino.			X			
<b>Información complementaria</b>		<b>CUMPLE</b>	<b>CUMPLE PARCIALMENTE</b>	<b>NO CUMPLE</b>	<b>NO APLICA</b>	<b>OBSERVACIONES / COMENTARIOS</b>
La empresa cuenta con certificaciones internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional, normas ambientales y técnicas como GMP, Global GAP, HACCP, ISO 9000/14000/26000, TA64919, CE-marking, SA-8000, OSHAS 18001, BPM, Orgánica, entre otras.			X			
La empresa cuenta con fichas técnicas del producto(s) que desea exportar.		X				
La empresa cuenta con una / varias personas dedicadas al servicio al cliente que manejen el idioma del mercado objetivo?			X			
La empresa cuentan con equipos que le permitan optimizar recursos y asegurar calidad del producto		X				
La empresa puede variar sus horarios en sus procesos de producción a fines de garantizar una entrega oportuna de sus productos		X				
De acuerdo a nuestros diferentes servicios, cuál sería el mayor demandado por su empresa? (Ruta PRO ECUADOR)		CAPACITACIÓN				
Tiene interés en buscar socios estratégicos/inversionistas que puedan aportar en el fortalecimiento de su empresa?		No por el momento				
<b>COMENTARIOS GENERALES DE LA VISITA DE CAMPO (CRITERIO AUDITOR)</b>						
<b>PROBLEMÁTICAS DE LA EMPRESA</b>		La empresa no presenta inconvenientes.				
<b>RECOMENDACIONES/OBSERVACIONES:</b>		Ninguna.				

Anexo 13. Ficha técnica del país Suiza (sacada de la página Pro Ecuador)



**DATOS GENERALES**



Capital Berna

Moneda Franco Suizo (CHF)

Población (Julio 2018) 8,292,809

Tasa de crecimiento poblacional anual (2018) 0.68%

Índice de GINI (2014) Puesto 135 – 29.5

Tasa de Desempleo (2017) 3.2%

PIB (Miles de millones USD, 2017) 679

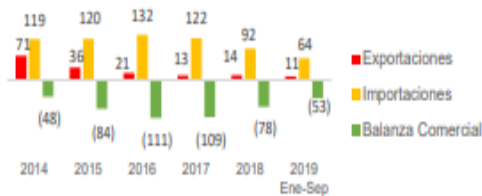
PIB per cápita PPA (USD, 2017) 62,100

Crecimiento del PIB (2017) 1.7%

Inflación anual (2017) 0.5%

Tipo de Cambio (CHF por USD 2017) 0.9875

**BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)**



**PRODUCTOS EXPORTADOS ECUADOR – SUIZA (MILES USD)**

DESCRIPCIÓN	2018 ENE-SEP	2019 ENE-SEP	ARANCEL 2018
Rosas frescas cortadas	7,010	6,287	12.5 Fr. per 100 kg gross
Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	1,879	2,879	0%
Las demás flores y capullos, excepto frescas	249	208	0%
Los demás medicamentos para uso humano para uso terapéutico o profiláctico	92	187	0%
*Camisetas y t-shirts de punto, de algodón	106	176	76 Fr. per 100 kg gross

**EXPORTACIONES DE ECUADOR A SUIZA POR SECTOR (MILES USD)**



**PRODUCTOS IMPORTADOS ECUADOR – SUIZA (MILES USD)**

DESCRIPCIÓN	2018 ENE-SEP	2019 ENE-SEP	ARANCEL 2018
Los demás medicamentos para uso humano para uso terapéutico o profiláctico	12,611	13,658	5%
Para tratamiento oncológico o vih	6,722	10,890	0%
Los demás medicamentos para tratamiento oncológico o vih noop	5,151	3,610	5%
Los demás compuestos aminados con funciones oxigenadas	1,169	1,835	0%
Las demás sulfonamidas	1,150	1,710	0%

**COMERCIO REGIONAL ENTRE SUIZA VS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2018 (MILES USD)**

IMPORTACIONES 9,841,985 EXPORTACIONES 7,176,786

PAISES			
Perú	23%	Brasil	37%
Brasil	17%	México	21%
Argentina	14%	Argentina	12%
PRODUCTOS			
Oro en bruto	75%	Productos inmunológicos	24%
Café sin tostar	4%	Medicamentos para usos terapéuticos	19%
Banano fresco	1%	Relojes de pulsera automáticos	4%

**FLUJO DE IED DE SUIZA EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)**

SECTORES	2016	2017	2018	2019 II TM
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	18,155	-489	7,508	1,450
Comercio	2,067	516	5,154	597
Construcción	-	-3,000	1,769	1,039
Electricidad, gas y agua	-	-	-	-
Explotación de minas y canteras	-5,000	-	-	-
Industria manufacturera	-1,487	-165	105	50
Servicios comunales, sociales y personales	200	200	0.4	0.8
Servicios prestados a las empresas	3,215	25	13	186
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,375	500	300	-51
<b>Total general</b>	<b>16,525</b>	<b>-2,392</b>	<b>14,939</b>	<b>3,230</b>

**FLUJO DE IED GREENFIELD SUIZA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (MILLONES USD)**

PAÍS	2017	2018	2019 ENE-ABR
México	1,235	715	138
Costa Rica	21	-	22
Argentina	122	115	20
Otros países	629	893	2
<b>TOTAL</b>	<b>2,006</b>	<b>1,722</b>	<b>182</b>

**COMERCIO POTENCIAL 2018 (MILLONES USD)**

- ➔ **Café sin tostar**  
US\$ 595.5
- ➔ **Cacao en grano**  
US\$ 98.1
- ➔ **Plátanos frescos**  
US\$ 91.0
- ➔ **Camarones y langostinos congelados**  
US\$ 64.2
- ➔ **Rosas frescas**  
US\$ 55.1
- ➔ **Camarones y langostinos preparados**  
US\$ 16.1

**TURISMO**

ENE – OCT 2019  
2,791 ecuatorianos salieron a Suiza

ENE – OCT 2019  
9,375 suizos llegaron a Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE; MINTUR; Trademap; World Factbook; FDI Markets. Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Negocios, PRO ECUADOR



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:**

“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”

Edad	<input type="text"/>
Sexo	F
	M

**ENCUESTA**

En la presente encuesta a realizar deberá elegir la opción que considere necesaria, los valores están de acuerdo al nivel de aceptación o negación.

**1. ¿Considera importante la comercialización del polvo de moringa oleifera al mercado suizo?**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
( )	( )	( )	( )	( )
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	En acuerdo	Totalmente en acuerdo

**2. ¿Qué elementos considera fundamental al momento de elegir productos para la comercialización?**

<b>1</b>	Precio	
<b>2</b>	Calidad	
<b>3</b>	Lugar de origen	
<b>4</b>	Imagen	

**3. ¿Le parece factible para el mercado suizo el proceso de exportación del polvo de moringa oleifera?**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
( )	( )	( )	( )	( )
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	En acuerdo	Totalmente en acuerdo

**4. ¿Conoce los beneficios nutricionales que se obtienen de la moringa oleifera?**

1	Sí	
2	No	

**5. Suiza al ser un país preocupado por el sistema alimenticio y el cuidado ambiental, ¿le parece viable el uso de empaques biodegradables para la comercialización del polvo de moringa oleifera?**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
( )	( )	( )	( )	( )
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	En acuerdo	Totalmente en acuerdo

**6. ¿Con qué frecuencia le parecería necesario realizar la compra del polvo de moringa oleifera?**

<b>1</b>	Semanal	
<b>2</b>	Quincenal	
<b>3</b>	Mensual	
<b>4</b>	Trimestral	
<b>5</b>	Semestral	

**7. ¿Cree usted que es beneficioso para Suiza tener acuerdos de libre comercio con Ecuador, facilitando el proceso de exportación de moringa oleifera?**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
( )	( )	( )	( )	( )
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	En acuerdo	Totalmente en acuerdo

**8. ¿El precio del producto ecuatoriano a comercializar está conforme al mercado suizo?**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
( )	( )	( )	( )	( )
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	En acuerdo	Totalmente en acuerdo

**9. ¿Considera beneficioso para la línea de supermercados Coop. Sz, que se efectúen acuerdos para compra de suplementos nutricionales que sean beneficios para la salud?**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
( )	( )	( )	( )	( )
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	En acuerdo	Totalmente en acuerdo

**10. ¿Qué línea de exportación utiliza frecuentemente la empresa para la compra de productos o materia prima?**

<b>1</b>	Fabricante	
<b>2</b>	Minorista	
<b>3</b>	Pymes	
<b>4</b>	Empresa foránea	



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:**

“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”

**Entrevistador/es:**

**Entrevistado/a:**

**Cargo a desempeñar:**

**1. ¿Ha tenido alguna vez en stock el producto del polvo de moringa oleifera en el supermercado?**

---

**2. ¿Estaría usted de acuerdo que el supermercado importara productos ecuatorianos que sustituyan otros tipos de suplementos medicinales?**

---

**3. ¿Cómo califica a los productos provenientes de Ecuador?**

---

**4. ¿Existe un producto elaborado a base de la moringa proveniente de otro país que se comercialice en el supermercado Coop. Sz?**

---

**5. ¿Qué probabilidad existe de que el producto tenga la acogida esperada por los consumidores suizos?**

---



**6. ¿La empresa Coop. Sz apoya a las pequeñas y medianas empresas de otros países al querer impulsar un producto saludable y altamente nutritivo como la moringa hacia su mercado?**

---

**7. ¿Si Frutsesa S.A. le ofrece un fruto de calidad la red de supermercados Coop. Sz, se interesaría en hacerlo parte de sus proveedores extranjeros?**

---

**8. ¿Realizaría importaciones de moringa proveniente de la empresa ecuatoriana Frutsesa S.A. con mayor frecuencia?**

---

**9. ¿Considera usted que Ecuador tiene potencial comercial para darse a conocer en su mercado con productos agrícolas no tradicionales?**

---

**10. ¿Usted recomendaría el consumo de productos agrícolas ecuatorianos como la moringa para sus demandantes?**

---



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:**

“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”

**Entrevistador/es:**

**Entrevistado/a:**

**Cargo a desempeñar:**

**1. ¿Qué beneficios adquiere Ecuador al establecerse el acuerdo de libre comercio para acceder al mercado europeo?**

---

**2. ¿Considera importante que las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas se quieran establecer en un mercado internacional, generando alianzas comerciales con otros países?**

---

**3. ¿Cuáles son perspectivas que se esperan de Ecuador al producir materia prima que pueda ser comercializada en el mercado suiza, partiendo con la venta del polvo de moringa oleifera?**

---

**4. ¿Con qué iniciativas comerciales promueve el estado a las pequeñas y medianas empresas que opten por convertirse en exportadoras, en este caso para la empresa Frutsesa S.A.?**

---

**5. Según su especialidad, ¿Cree usted que la exportación del polvo de moringa oleifera será un producto aceptado en el territorio suizo, por qué?**

---



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:**

“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”

**Entrevistador/es:**

**Entrevistado/a:**

**Cargo a desempeñar:**

**1. La empresa Frutsesa S.A. es reconocida en el mercado ecuatoriana, ¿por qué ha decidido desarrollar un plan de exportación que le permita establecerse en el mercado suizo?**

---

**2. ¿Para usted considera que la exportación del polvo de moringa oleifera va a convertirse en un producto aceptable para el mercado suizo, por qué?**

---

**3. ¿Cuenta con un plan de exportación para la producción, comercialización y distribución del polvo de moringa oleifera?**

---

**4. ¿Por qué se ha seleccionado el mercado de suiza para iniciar la distribución de un nuevo producto para la empresa Frutsesa S.A.?**

---

**5. ¿Conoce los requisitos o reglamentaciones que deben cumplirse para poder acceder al territorio extranjero, en este caso realiza la debida comercialización al estado independiente de Suiza?**

---



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TÍTULO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:**

“EXPORTACIÓN DE MORINGA OLEIFERA EN POLVO AL MERCADO SUIZO”

**Entrevistador/es:**

**Entrevistado/a:**

**Cargo a desempeñar:**

**1. ¿Qué beneficios adquiere Ecuador al establecerse el acuerdo de libre comercio para acceder al mercado europeo?**

---

**2. ¿Cuáles son para usted las expectativas que se esperan de producir el polvo de moringa oleifera?**

---

**3. La empresa Frutsesa S.A., se ha caracterizado por realizar alianzas comerciales con diferentes empresas para la comercialización de frutas, ¿en este caso por qué se ha decidido por el polvo de moringa oleifera?**

---

**4. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un plan de exportación que le permita posicionarse en el mercado suizo?**

---

**5. ¿Conoce los requisitos o reglamentaciones que deben cumplirse para poder acceder al territorio extranjero, en este caso realiza la debida comercialización al estado independiente de Suiza?**

---