



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y
Comercial**

Trabajo de Titulación

Requisito previo para la obtención de título Tecnólogo (a) en Comercio Exterior

Carrera

Tecnología en Comercio Exterior

Tema:

**Estudio de Factibilidad de la Exportación del Jengibre Fresco para el sector
Productivo de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas dirigido Al Mercado
Estadounidense. Periodo 2022-2023**

Autor (a)

Hanns Augusto Robayo Contreras

Tutor:

MSC RUDY ROSALBA RODRIGUEZ SOLIS

Guayaquil-Ecuador

2022

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, **HANNS AUGUSTO ROBAYO CONTRERAS**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DEL JENGIBRE FRESCO PARA EL SECTOR PRODUCTIVO DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS DIRIGIDO AL MERCADO ESTADO UNIDENSE EN EL PERIODO 2022-2023”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

HANNS AUGUSTO ROBAYO CONTRERAS

CC.

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría)

Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DEL JENGIBRE FRESCO PARA EL SECTOR PRODUCTIVO DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS DIRIGIDO AL MERCADO ESTADO UNIDENSE EN EL PERIODO 2022-2023”, fue elaborado por el (la) señor (Srta.) HANNS AUGUSTO ROBAYO CONTRERAS, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
Msc. Rudy Rosalba Rodríguez Solís
Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

Va Dedicado en primer lugar a mi Madre que estuvo en todo momento, a mi Familia por el apoyo incondicional durante este proceso, pese a la pandemia estuvieron ahí con sus consejos, sus enseñanzas, su sabiduría, dedico también a aquellas personas y amigos cercanos por su apoyo y su paciencia.

Agradecimiento

En Primer lugar, a Dios, mi familia, mis profesores, Gracias por sus enseñanzas, sus consejos, su aliento, su motivación cuando caíamos y no nos dejaron vencer, a todas las personas cercanas que me decían que yo también puedo, y aquí estoy a punto de dar un paso importante en mi vida y en mi Futuro Profesional.

Índice

Reconocimiento de Responsabilidad.....	II
Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría)	III
Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación.	IV
Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación	V
Dedicatoria	VI
Agradecimiento.....	VII
RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INTRODUCCION	4
PROBLEMA GENERAL DE LA INVESTIGACION	7
OBJETIVO GENERAL	8
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN.	8
MARCO HISTORICO	8
1.1. ORIGEN.....	8
1.2. Características y Beneficios.....	9
1.3. Donde lo Cultivan.....	10
1.4. Exportaciones del jengibre desde Ecuador	11
1.5. Infraestructura del Sector Logístico.....	11
1.6. Flujos de Inversión Extranjera directa en Ecuador.	12
1.7. Estudio de Factibilidad.	13
1.8. Importancia del Estudio de Factibilidad.....	13
1.9. Tipos de Estudios.....	14
MARCO TEORICO	14
2.1. Teoría Mercantilista	14
2.2. Ventaja Absoluta.....	15
2.3. Ventaja Comparativa	15
2.4. Ventaja Competitiva.....	15

2.5. Teoría de Dotación de los Factores de Producción	16
2.6. Marketing Mix.	16
2.7. Diamante del Marketing Mix.....	17
2.8. Las Estrategias Genéricas de Michael Porter.	17
2.9. Las 5 Fuerzas de Porter.....	18
Canales de Distribución.....	19
Tipos de Distribución en una Exportación	20
Análisis de las exportaciones desde Ecuador al mundo	21
Análisis de las empresas que exportan al mercado estadounidense.....	22
MARCO CONCEPTUAL	24
MARCO LEGAL	27
CAPITULO II METODOLOGIA EMPLEADA.....	34
Tipos de enfoque.....	34
Tipos de investigación	35
Métodos de investigación	35
POBLACIÓN Y MUESTRA	38
Población.....	38
Muestra.	39
Análisis de Resultados.....	40
5.1 Entrevista al productor	40
5.1.1 Encuesta a importadores potenciales en New York - Queens.....	40
FODA	48
Método CAPA	48
Técnicas de recolección de datos.....	49
Observación Directa del Cultivo.....	49
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	50
Título de la propuesta	51

Descripción de la propuesta.	51
Beneficios de la propuesta	51
Objetivo General de la Propuesta.	51
Descripción del producto ginger life.	51
Preparación de la carga	52
Partida arancelaria	55
Beneficios del producto.	56
Componentes nutricionales	56
Requisitos para la Exportación.	56
Estudio Técnico	58
Descripción de la propiedad y activos del proyecto	61
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	62
Presupuesto de Operación	66
Presupuesto de Ingresos y Ventas	68
Análisis de TIR y VAN	70
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	76
Ficha de observación aplicada al productor.	76
Encuesta a importador de jengibre	77

Índice de Tablas

Tabla 1 Directa Extranjera Neta en el Ecuador	13
Tabla 2 VALORES FOB	21
Tabla 3 Empresas exportadoras EEUU	22
Tabla 4 Importadores potenciales del producto propuesto en Queens – New York	39
Tabla 5 Tabla nutricional.....	56
Tabla 6 Activos fijos/Muebles de Oficinas	62
Tabla 7 Activos fijos/Equipos de Oficinas	62
Tabla 8 Activos fijos/Equipo de Computación.....	63
Tabla 9 Activos Diferidos	63
Tabla 10 Inversión Inicial.....	64
Tabla 11 Tabla de Amortización	65
Tabla 12 Gastos de Nómina y Gastos Administrativo y Ventas	66
Tabla 13 Depreciación de Activos Fijos	67
Tabla 14 COSTO DE PRODUCCIÓN.....	67

Índice de Imágenes

Imagen 1 Cultivo y Siembra del Jengibre	10
Imagen 2 jengibre	11
Imagen 3 Servicios prestados y Servicios recibidos periodo 2016	12
Imagen 4 Proceso del Estudio de Factibilidad.....	13
Imagen 5 Diagrama Marketing Mix	17
Imagen 6 Canal Corto y Canal Largo	20
Imagen 7 Recopilación del tubérculo	49
Imagen 8 Proceso del sembrío.....	50
Imagen 9 Cosecha del tuberculo.....	50
Imagen 10 Embalaje del producto	52
Imagen 11 Caja de Exportación.....	55
Imagen 12 Localización Santo Domingo	58

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Fuerzas de Porter	18
Ilustración 2 Países de Destino- Jengibre	21
Ilustración 3 Empresas exportadoras	24
Ilustración 4 Exportación de jengibre.....	37
Ilustración 5 Metodología Empleada.....	49

Informe Urkund

RESUMEN

Este es un proyecto de Investigación para Exportar desde la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas al Mercado Estadounidense en este Periodo.

Desde que se inició la Pandemia el uso del Jengibre ha aumentado significativamente en el territorio americano por sus beneficios ya sean Medicinales como Culinarios.

Este proyecto se basa en mejorar la producción mediante estrategias que llevan al resultado positivo que sería ampliar los Mercados Mundiales y así contribuir con más plazas de trabajo mejorando el Desarrollo Socio Económico del País.

En la Encuesta realizada se toma en cuenta 3 Importadores potenciales del Jengibre Fresco de la Ciudad de New York conociéndose un alto Potencial de consumo de este Producto tomándose en cuenta el 100 por ciento de la población.

Se Realizo la Macro y Micro localización con sus respectivos datos llegando a un Estudio técnico y Análisis Financiero que nos dio un VAN de \$ **6'609,490.99** y un TIR del 1,17 por ciento dando como resultado que el proyecto es rentable para ser desarrollado con mucha confianza en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Palabras Claves.

Estudio de Factibilidad, Jengibre, Mercado Internacional.

ABSTRACT

This is a Research Project to export from the Santo Domingo of the Tsachilas to the United States Market in this period.

Since the pandemic began, the use of ginger has been significantly noticed in the American territory for its benefits, both medicinal and culinary

This project is based on improving production through strategies that lead to the positive result that would be to expand the World Markets and contribute with more jobs, improving the Socio-Economic Development of the Country

In the Survey carried out, 3 potential Importers of fresh ginger from the New York City are taken into account of 100 percent of the population.

We carried out the macro and micro location with their respective data, arriving at a Technical Study and Financial Analysis that gave us a VAN of \$ **6'609,490.99** and an TIR of 1,17 percent, resulting in the project being profitable for the province with a recovery period of 5 years

Keywords.

Feasibility Study, Ginger, International Market.

INTRODUCCION

La Presente investigación se refiere al tema de un estudio de factibilidad de la exportación del Jengibre Fresco de la Ciudad de Santo Domingo dirigido al Mercado Estadounidense.

La Exportación de este Producto ha tomado mucha fuerza para este Mercado por sus múltiples beneficios medicinales.

Desde la Antigüedad el ser humano ha utilizado plantas para curar, tranquilizar, perfumar, cocinar y sazonar. Las civilizaciones antiguas y prehispánicas nos legado saberes que han pasado de generación en generación.

La relación entre salud y alimentación es evidente en la actualidad, y por ello es necesario fomentar el consumo de alimentos naturales con propiedades beneficiosas para la salud, más allá de lo exclusivamente nutricional.

Es por eso que los alimentos funcionales nacen en parte, como una respuesta al incremento de ciertas de ciertas enfermedades relacionadas con el estilo de vida moderno y se han convertido en una importante alternativa para mejorar la nutrición y la salud de la población.

El jengibre también es conocido **KION O QUION**, es una planta aromática.

Pertenece a la familia de los tubérculos, es un alimento poco calórico y rico en aceites esenciales. Contiene nutrientes como Vitamina c, Tiamina, fosforo y calcio.

Se ha estudiado su uso en la Prevención de enfermedades inflamatorias como la artritis y la prevención de gripa y tos.

La función antioxidante de este alimento desempeña un papel fundamental en la protección frente a los fenómenos de daño oxidativo, y ayuda como terapias en algunas enfermedades virales, también ayuda a la prevención de la Cardiopatía Isquémica y el cáncer, debido a esto se puede considerar al Jengibre como un alimento Funcional.

Dentro de los antioxidantes presentes en el jengibre, se encuentra el grupo de los **Polifenoles**. Estos son el grupo más extenso de sustancias no energéticas de los alimentos vegetales y en los últimos años se ha demostrado que una dieta rica en polifenoles puede mejorar la salud.

En este último tiempo se ha determinado que se puede incrementar la exportación de este tubérculo gracias a su múltiple uso en las ramas medicinales y culinarias.

La disponibilidad de este tubérculo en el Ecuador es en los climas subtropicales y en las provincias de los Ríos, Provincia del Guayas

En el Ecuador la mayor parte de la Producción de este Tubérculo destina a la Exportación como elemento Medicinal y Gastronómico, en el año 2020 la exportación de este tubérculo incremento significativamente a este Mercado por sus múltiples beneficios medicinales.

El Jengibre fresco ingresa por los diferentes estados de este Mercado como Florida, Nueva York, y California, debido a la presencia de importantes Grupos Étnicos como cubanos, dominicanos y costarricenses.

Según las Nuevas Tendencias del Mercado Americano el jengibre se consume en buenas cantidades, ya que por esta zona no se lo cultiva por sus variaciones climáticas y su fertilidad en el Suelo.

La Ciudad de Nueva York es una de las Principales ciudades donde llega la mayor exportación del jengibre ecuatoriano en estos últimos tiempos.

Nueva York es considerada como una ciudad global, por sus influencias a nivel mundial, en los medios de comunicación, en la política, en la arquitectura y en las exportaciones, sobre todo.

Esto permite considerar que la Ciudad de Queens en Nueva York como Mercado Meta para la Exportación del Jengibre Fresco tomando como referencia la oficina del Censo de los Estados Unidos, se estima que un 28 % de la población de Queens se cataloga como Hispana o Latina.

Por las condiciones del Mercado seleccionado respecto al consumo del Jengibre y la inclinación de los habitantes hacia el consumo de este Tubérculo se considera idónea la Exportación.

Considerado como el Producto estrella 2020 el Jengibre Ecuatoriano ha ganado terreno en estos últimos años por sus beneficios y componentes nutricionales.

Por lo tanto, se orientó a realizar esta investigación mediante un estudio de factibilidad que permitirá con estrategias y mejoras en el sector productivo el incremento de la comercialización y exportación del producto para dicho mercado

Este tubérculo se conoce como un producto de exportación No Tradicional y en el 2020 tuvo un desempeño excepcional según **EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**, ese año se exportaron **3.8 millones** con un crecimiento del 2.102 % en comparación con el 2019 sumando así cuatro nuevos mercados que ya existían.

El jengibre debe tener una temperatura ambiente oscila entre 18 °C a 32°C, la más favorable entre 22°C y 28 °C, una humedad relativa del 80% aproximadamente, la cual permite desarrollarse normalmente, se desarrolla también en zonas soleadas y en regiones tropicales y necesita una pluviosidad de 1500 a 2500 mm anuales.

Los Suelos adecuados para el cultivo del jengibre son aquellos ricos en materia orgánica y son drenajes ligeros como un suelo franco arsénico, este ayuda a su libre desarrollo y elimina la posibilidad de deteriorarse o podrirse.

Se puede añadir que por falta de conocimiento sobre el beneficio que tiene el jengibre fresco, se ha desconocido su potencial socio económico que en los últimos años ha mejorado su importancia, y que puede ser un producto de aceptación por las familias que buscan nuevos alimentos medicinales.

Se han presentado variaciones en los ingresos por exportación de Jengibre en Ecuador debido a que sus precios no son muy estables en el mercado, tras el aumento de producción nacional por la pandemia de este cultivo dando como consecuencia el crecimiento de áreas sembradas.

El siguiente Estudio de Factibilidad para Exportación del Jengibre se lo realizara para determinar la posibilidad de ejecutar este proyecto que se desea implementar, analizando cada parte del proceso para que al concluirlo se conozca lo que se pueda y que no se pueda hacer , y en el caso que hubiera algún inconveniente saber cómo solucionarlo En este caso podría ayudar al mejor desempeño en lo que se trata de manejo y producción de los cultivos en este caso el Jengibre.

Se debe añadir que el presente proyecto Pretende Proporcionar futuras pautas para nuevas investigaciones en el área de Comercio Exterior, internacionalizando productos no tradicionales, para mostrar que tenemos variedad.

También se determinará como mejorar el desempeño de los Productores en los cultivos mediante nuevas propuestas y estrategias de sembrío ahorrando tiempo, costos e incrementando la producción.

Dicha Aplicación se deberá hacer en dichos sectores que producen este tubérculo para crear un espacio más productivo y rentable para el cultivo, y así aumentar la producción lo que conllevará a generar más plazas de trabajo, más mercados de exportación y contribuir con el desarrollo Socio Económico del Ecuador.

EL Proyecto consta de Tres Capítulos: CAPÍTULO 1. FUNDAMENTACIÓN bien detallados, donde se encontrará el Origen, las Características, Donde lo Cultivan, sus Exportaciones, La Infraestructura del Sector, Se relatará que es el Estudio de Factibilidad, su Importancia y sus Tipos. Se Hablará sobre las Teorías Mercantilistas, Las Ventajas absolutas, Ventajas Comparativas, Se Relatará las Teorías de Dotación de los Factores de Producción.

. CAPITULO II Se dará a conocer La Metodología que se empleará en dicha investigación, sus tipos de Enfoque, sus Métodos de Investigación, se realizará una Encuesta al Sector Importador de la Ciudad de Nueva York, determinando su Muestra y sus respectivos análisis para saber el Grado de Consumo del Jengibre en esa Región.

Se Realizará una Observación Directa del Cultivo del jengibre con su respectivo tiempo de sembrío, hectáreas, suelos fértiles, etc.

CAPITULO III Se dará a conocer la Propuesta de Nuestro Proyecto, su Descripción, se Conocerá los beneficios del Producto, los Requisitos para ser Exportado, Se utilizará el Método FODA y CAPA para la Justificación de Nuestra Propuesta.

PROBLEMA GENERAL DE LA INVESTIGACION

¿Sera factible la Exportación directa del Jengibre Fresco Producido en la Ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia el Mercado Estadounidense en el periodo 2022.2023?

Impulsada por la Pandemia Actual la demanda del jengibre ha crecido en el Mercado Global gracias a sus múltiples beneficios Medicinales y Culinarios.

En Latinoamérica se está Produciendo con más facilidad este producto por la escasez en ciertos países líderes exportadores de este tubérculo como China por las fuertes lluvias ocurridas en los sectores donde se lo cultiva.

Uno de esos Países es Perú que ha alcanzado niveles de Exportación nunca antes visto desde que empezó la pandemia, gracias a sus conocimiento y variedad de Recursos.

En Ecuador se cuenta con clima y suelo apto para la Producción de productos agrícolas de alta calidad, sin embargo, en Ecuador se produce solo para satisfacer la Demanda

Nacional y genera pocos ingresos por la falta de Fuentes de Ingreso, falta de Recursos Tecnológicos, Falta de Recursos Agrícolas de alta Calidad.

Otro de los Problemas es la falta de Recursos Económicos en los cultivos familiares para poder incrementar la producción Nacional, y así abrir puertas a nuevos Mercados Internacionales.

Por ese motivo el Jengibre Ecuatoriano no ha traspasado Fronteras para colocarse en otros mercados, otro de los factores es el económico que no les ha permitido crecer y exportar su producto a países de Primer Mundo.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar diseñar y Aplicar un Estudio de Factibilidad para la Exportación del jengibre Fresco de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas dirigida al Mercado Estadounidense en el Periodo 2022.2023.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN.

MARCO HISTORICO

1.1.ORIGEN

LA SANGRÍA SOLO ES PARA LA PRIMERA LÍNEA DE CADA PÁRRAFO

En la Época 3000a.c el Emperador **Sheng Nang**, redactó la compilación PENG TSAO GHING, esto significa Clásico de las Hierbas en el que el jengibre ya se vio en un lugar destacado.

El filósofo chino Confucio (551-479 ac) también escribió acerca de sus múltiples beneficios. Más tarde, en el año 77 d.C., Discordes escribió sobre su capacidad para calentar y suavizar el estómago.

El Jengibre llega a Francia y a Alemania durante el siglo IX y un poco más tarde a Inglaterra donde en el siglo XI era ya bien conocido dando lugar a bebidas como

el **GINGER ALE**, La Cerveza o el TE de Jengibre. Los portugueses lo introdujeron en África y los españoles a las Antillas.

Es Originario del Sudeste de Asia y se Reporta el uso del jengibre en esa época para la preservación de Carne de Venado en China a través de la mezcla con Sal y Canela en el Siglo VI a.c.

(Ministerio de Agricultura, 2016)

1.2. Características y Beneficios

Los **gingeroles** y **shogols** son dos de los componentes químicos más **destacados**, que son además los responsables del sabor aromático y picante.

En la Medicina china tradicional el Jengibre es Conocida como **JIANG** que significa "DEFENDER", es conocida como una planta para defender el cuerpo del frío y de la Humedad.

El jengibre tiene un descongestionante y un antihistamínico natural, muy útil para el tratamiento de resfriados y otras afecciones respiratorias.

Externamente el jengibre se utiliza para tratar el dolor de la artritis, el reumatismo, lumbago, esguinces y dolores espasmódicos y en el tratamiento de quemaduras leves. Para tratar las quemaduras se utiliza el jugo del puré de jengibre empapado en un algodón y se aplican en las zonas quemadas. También se utiliza para tratar tópicamente algunos tipos de alopecia.

El jengibre tiene la capacidad de bloquear la producción de prostaglandinas, unas sustancias que son reconocidas como precursor de diversas inflamaciones que pueden agravar enfermedades que cursan con dolor e inflamación, como son las migrañas, artritis reumatoide, las osteoartritis crónicas, las enfermedades musculares, etc.

El jengibre puede ser útil para aliviar los dolores menstruales, así como los dolores abdominales causados por flatulencias estomacales, ayudando por lo tanto en general a tener una mejor digestión, ya que además ayuda al flujo biliar

El Jengibre ayuda a Fluidificar la sangre, creando así un sistema cardiovascular más sano, mejora la circulación y evita riesgo de formación de coágulos de sangre y efectos similares.

Los Ingredientes activos del Jengibre también pueden ayudar a reducir los Niveles altos de Colesterol, y alivia el estrés y evita y combate el cansancio físico.

1.3.Donde lo Cultivan

El Jengibre Fresco se lo cultiva en las Zonas Subtropicales de las Provincias de Esmeraldas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Guayas, y Pichincha.

En el Ecuador por las condiciones ambientales, se produce durante todos los meses. Se Cultiva anualmente, se propaga por pequeñas divisiones de los rizomas horizontales que dan nacimiento a tallos y nuevas raicillas.

La cosecha se realiza cuando la plata llega a su madurez fisiológica, entre los siete y nueve meses de cosechas que son de octubre a marzo. (Ministerio de Agricultura, 2016)

Imagen 1 Cultivo y Siembra del Jengibre



A Nivel Mundial existen Variedades sobre todo en Malasia, India y Jamaica.

En el Ecuador solo existe la semilla de producción del Jengibre hawaiano o crema por ser demanda en el Mercado de Exportación.

Se caracteriza por ser Productivo y Rigoroso.

Imagen 2 jengibre



1.4.Exportaciones del jengibre desde Ecuador

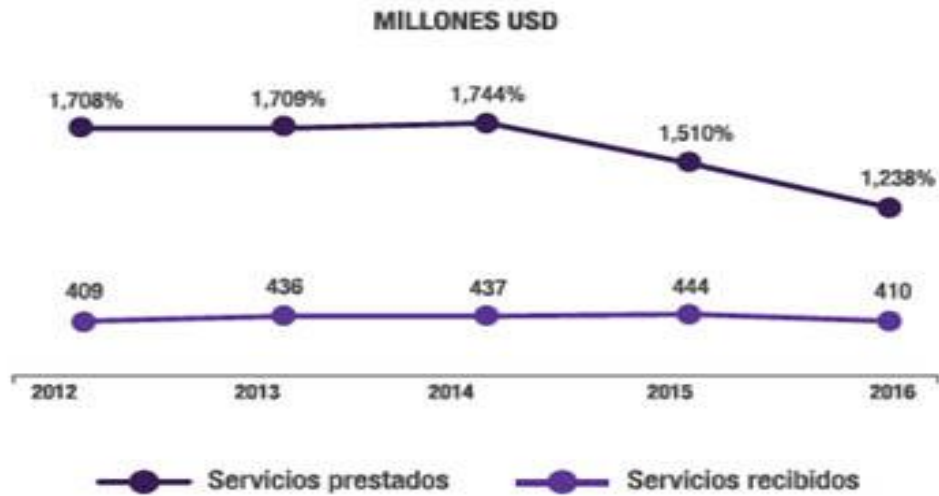
El jengibre es un producto revelación, presento el mayor crecimiento de sus exportaciones en el 2020, las exportaciones de jengibre ascendieron a 3.8 millones lo que es igual a un crecimiento 2.102 por ciento en comparación con el 2019.

Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones del jengibre ecuatoriano.

1.5.Infraestructura del Sector Logístico

Las Empresas en el 2016 prestaron servicios logísticos por un valor de USD 410 Millones estos servicios incluyen transporte Marítimo y aéreo, los que abarcan fletes, recargas, alojamientos y alimentación.

Imagen 3 Servicios prestados y Servicios recibidos periodo 2016



Fuente: Banco Central Del Ecuador

En el mismo año se demandaron servicios logísticos por USD 1,238 millones, lo que resalta una existente demanda por los empresarios ecuatorianos y no esta cubierta por la oferta local.

Esta Demanda no satisfecha, da la oportunidad de que Empresarios Internacionales que brindan servicios de logística puedan invertir en el país y cumplir con la necesidad existente. (Proecuador.gob.ec, 2020)

1.6.Flujos de Inversión Extranjera directa en Ecuador.

Según El Banco Central Del Ecuador, el país registra flujos de Inversión Extranjera directa neta en el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones, por un monto de USD 41,88 Millones en el primer semestre del 2017, esto muestra la confianza que tienen las empresas para operar en el país.

El siguiente grafico mostrara la Inversión Directa Extranjera Neta en el Ecuador

Tabla 1 Directa Extranjera Neta en el Ecuador

2012	2013	2014	2015	2016	2017
USD 13,433	USD 8,530	USD 246,981	USD 43,628	USD 47,534	USD 41,881

(www.bce.fin.ec , 2020)

1.7. Estudio de Factibilidad.

Según (Quiroa, 2020), en pocas palabras el estudio de factibilidad permite conocer si el negocio o proyecto se puede hacer o no, cuáles son sus condiciones ideales para realizarlo y como podría solucionar las dificultades que se pueden presentar.

Estos Estudios respaldan futuras estrategias de Marketing que podrían ayudar a convencer a nuevos inversores y así ayudar a la expansión de zonas cultivadas de dicho producto.

1.8. Importancia del Estudio de Factibilidad.

Los Estudios son importantes para el desarrollo empresarial que permiten que una empresa afronte donde y como operara.

Imagen 4 Proceso del Estudio de Factibilidad



El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presenta en cada uno de los aspectos que se basa país o una región ya sea en lo económico, social o ambiental.

Según (Del Moral, 2020) nos dice que El estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas las posibles Ventajas para la Empresa u Organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto funcione. Un Estudio de Factibilidad también evalúa el potencial del éxito del proyecto, por lo tanto, la Objetividad se percibe sobre la credibilidad

1.9. Tipos de Estudios

Según (Corvo, 2019) define que los Tipos de Estudio son los siguientes

- . Factibilidad Legal
- . Factibilidad Técnica.
- . Factibilidad Operativa
- . Factibilidad Económica

Dependerá mucho del tipo situación que presente dicho proyecto, se debe tomar consciencia del cual o de donde sea el punto de partida del problema que pueda ocurrir mientras se implemente.

MARCO TEORICO

2.1. Teoría Mercantilista

Según Adam Smith propone que la idea del libre mercado y libre cambio son elementos fundamentales para el desarrollo económico y el aprovechamiento eficiente de los Recursos.

El Mismo Terminó ha servido para aglutinar todo un conjunto de autores preclásicos que escribieron durante el periodo y que, aunque desde Adam Smith los llamamos Mercantilista, no siempre fueron partidarios del Intervencionismo, muchas veces se opusieron a él, y fueron en muchos sentidos precursores, sino claramente partidarios del

liberalismo Económico que luego el propio Smith convertiría en una autentica doctrina económica y política.

2.2. Ventaja Absoluta.

Según Adam Smith en esta teoría destaca los países que tienen ventaja absoluta exportan esos bienes y con las ganancias de esta venta compran otros bienes producidos por otros países.

Este concepto económico es una de las primeras bases en el estudio de la Economía y el comercio internacional.

Desde que fue anunciada dicha teoría los países tienden a especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tienen ventaja absoluta, esto sucede por el menor gasto de recursos en producción que se mencionó anteriormente. (Galán, 2015)

2.3. Ventaja Comparativa

Según David Ricardo el concepto de ventaja comparativa es uno de los fundamentos básicos del comercio Internacional. Asume como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos. En otras Palabras, los países producen bienes que los supone un coste relativo más barato respecto al resto del mundo.

Aplicando un ejemplo sencillo, para producir plátanos, debes sacrificar menos dejando de lado la producción de manzanas.

Formalmente el país produce un bien y lo exporta porque tiene un coste relativamente menos al otro país, ya que prescinde de la producción de menor cantidad de bien. (Galán, 2015)

2.4. Ventaja Competitiva

De acuerdo con el Modelo de la ventaja competitiva de Porter la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas en una industria con la Finalidad de hacer frente con éxito a las fuerzas competitivas y generar el retorno sobre la inversión.

2.5. Teoría de Dotación de los Factores de Producción

Esta teoría demuestra que la ventaja comparativa está determinada por la interacción entre los recursos de un país.

Es la Interacción entre la abundancia de los factores de Producción y la tecnología.

El Modelo fue desarrollado por 2 suizos **ELI HECKSCHER y BERTIL OLIN** en 1977. La teoría pone énfasis en la interrelación entre la proporción en la cual los factores de producción están disponibles en los diferentes países y la proporción en la que son utilizadas en la producción de diferentes países. (Modelo de Heckscher-Ohlin, 2019)

2.6. Marketing Mix.

El Marketing Mix es un Análisis de Estrategias de Aspectos Internos y Desarrollada comúnmente por las empresas.

El Objetivo de Aplicar este Análisis es conocer la Situación de la Empresa y poder Desarrollar un Estrategia específica de Posicionamiento Posterior. (perez, 2022)

Según Jeremy McCarthy en 1960 redujo el concepto en Marketing Mix a Elemento, Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto. Aquí se explica la Necesidad que se trata de satisfacer en el consumidor y los servicios relacionados que puedan ser necesarios para el disfrute del producto, los cuales mejoran y añaden valor al producto.

Precio. Se refiere al proceso de fijación de un precio para un producto, incluido los descuentos. El precio no tiene que ser monetario únicamente, también puede ser un intercambio de servicios como, por ejemplo. El tiempo, La energía.

Colocación. Se refiere a la forma en que el producto llega al cliente. Ej. Punto de venta. Canales de Distribución.

Promoción. La Actividad que realizara la empresa para hacer conocer el producto en sí y que lleguen al máximo de sus clientes para así aumentar el volumen de venta mediante Volantes, Propagandas etc. (tendenciasdelmarketing.weebly.com, s.f.)

2.7. Diamante del Marketing Mix

Imagen 5 Diagrama Marketing Mix



2.8. Las Estrategias Genéricas de Michael Porter.

Es un Conjunto de acciones ofensivas que se ponen en marcha para lograr una posición ventajosa frente al resto de los competidores.

El objetivo de esta estrategia es consolidar una ventaja competitiva que se sostenga a lo largo del tiempo y redunde una mayor rentabilidad.

Porter Describe 3 estrategias genéricas que se diferencian en función de la ventaja competitiva que generan en el ámbito en el que compiten

- . Liderazgo de costo
- . Liderazgo en Diferenciación
- . El enfoque o la Segmentación.

- ❖ **Liderar en Costos** supone para una empresa la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, para luego transferir este ahorro al precio final del producto.
- ❖ **Liderar en Diferenciación**, implica generar un producto exclusivo porque el que los clientes estén dispuestos a pagar más.
- ❖ **El enfoque o Segmentación** tiene que ver con la audiencia a la que está dirigido un producto o servicio. Con esta estrategia, una empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos según el tipo de población, la ubicación, o sus hábitos de consumo. (Herrero, 2018)

2.9. Las 5 Fuerzas de Porter.

Ilustración 1 Fuerzas de Porter



Potencial de Clientes

Los Sectores atractivos formados por Empresas que tienen una Rentabilidad llamativa, actúan como un gancho para que muchas organizaciones vean estos negocios como nuevas y buenas oportunidades.

Nuevos Competidores

Esta Fuerza se refiere a que si en el Mercado, no existen obstáculos fáciles para el ingreso de la Competencia al mismo rubro, el negocio no será exitoso. ´

Lo ideal para seguir creciendo en el Mercado, es que otra Empresa pueda llegar a ofrecer el mismo Producto para crear Competitividad. **Michael Porter** definió seis barreras que se puedan aplicar para crear una ventaja Competitiva.

Rivalidad entre Empresas.

La Rivalidad entre compañías potencia el desarrollo y mejora Productos y Servicios ya que todas las Empresas están atentas a los cambios de la Competencia para mejorar sus propuestas.

Cuando la diferencia entre Productos es mínima, son Perecederas o la demanda disminuye, la rivalidad aumenta.

Algunas estrategias para cambiar esto están en asociarse con otras compañías o mejorar la experiencia del cliente.

Proveedores

En Términos Simples el objetivo de un Proveedor consiste en obtener una ganancia más alta ofreciendo menos. Por esta Razón se analiza esta fuerza, se está evaluando el poder de negociación que tienen los proveedores de tu Industria.

Ejemplo. sí en una industria existe un número limitado de proveedores que proveen un bien esencial dentro de la industria, la competencia puede ser bastante alta por dicho bien lo cual se traduce en costes altos que reducen el margen de rentabilidad.

Productos Sustituídos

Esta fuerza del modelo de Michael Porter, indica que toda empresa siempre debe estar atenta a las innovaciones del mercado y de los productos que ofrece. En la mayoría de los sectores, un producto puede sustituirse por otro con mejor actualización. Cuando un mercado innova, otro puede sufrir, como las empresas de mensajería o fax, que se ven en la posición de reinventarse debido a los nuevos métodos, como correos electrónicos y mensajería instantánea. (perez, 2022)

Canales de Distribución

La Selección del canal apropiado depende tanto de la disponibilidad de los canales como el grado de desenvolvimiento de la Empresa en el Mercado externo.

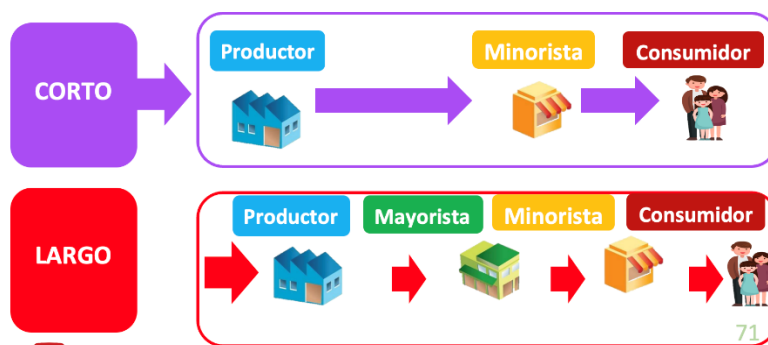
La Empresa establece un contacto directo con el consumidor en el exterior mediante, Agencias de ventas y Subsidiaria para fabricaciones y ventas.

Entre los distintos Canales tenemos

- **Circuito Corto.** EXPORTADOR – DISTRIBUIDOR- SUPERMERCADOS.
- **Circuito Largo.** EXPORTADOR- AGENTE- IMPORTADOR-MAYORISTA-MINORISTA-CONSUMIDOR.

Por lo general todas las alternativas de distribución de productos, tienen sus ventajas y desventajas particulares.

Imagen 6 Canal Corto y Canal Largo



Tipos de Distribución en una Exportación

El Exportador debe tener en cuenta cuanta será la cantidad de producto que va a distribuir, cuanto Mercado quiere abarcar y en que territorio.

Conforme a lo que dicho anterior las clases de distribución son.

Distribución Intensiva

Se Exponen los productos en todos los lugares posibles de comercialización, las características de esta distribución es la omnipresencia de los productos que se comercializan por tales canales.

Distribución Selectiva

Permite una comercialización del producto más controlada en los mercados o en los segmentos de mercados que en particular interesen a los productores.

Distribución Exclusiva

Se caracteriza por la concesión de exclusividad de distribución del producto a unos pocos distribuidores con delimitaciones geográficas.

Este tipo de distribución ofrece la ventaja de un control más riguroso de todas las fases de distribución del producto, ya que suele regirse mediante un contrato firmado, mediante el cual quedan claras las condiciones de los precios, promociones y productos.

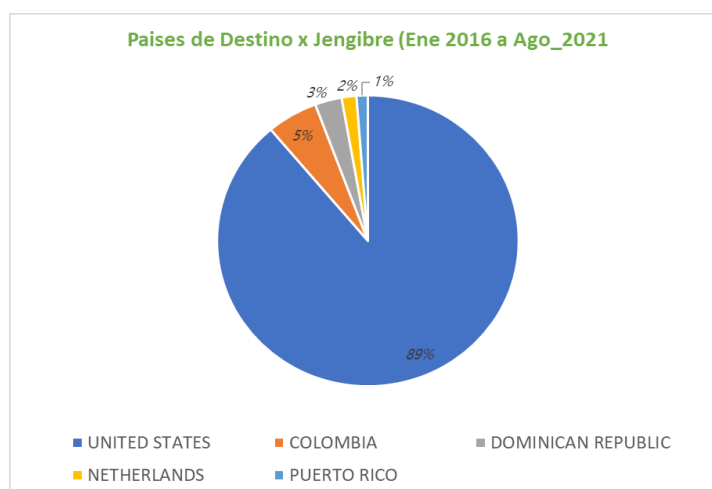
(Diariodelexportador.com, 2021)

Análisis de las exportaciones desde Ecuador al mundo

Tabla 2 VALORES FOB

<i>País de Destino</i>	Suma de FOB US\$
<i>UNITED STATES</i>	\$ 17.751.748,93
<i>COLOMBIA</i>	\$ 1.091.387,42
<i>DOMINICAN REPUBLIC</i>	\$ 573.484,60
<i>NETHERLANDS</i>	\$ 317.210,57
<i>PUERTO RICO</i>	\$ 242.358,00
<i>REINO UNIDO</i>	\$ 26.538,75
<i>COSTA RICA</i>	\$ 22.365,00
<i>SPAIN</i>	\$ 17.440,00
<i>SOUTH AFRICA</i>	\$ 6.814,50
<i>JAPAN</i>	\$ 349,21
<i>CZECH REPUBLIC</i>	\$ 150,00
<i>ITALY</i>	\$ 12,36
<i>(en blanco)</i>	
Total, general	\$ 20.049.859,34

Ilustración 2 Países de Destino- Jengibre



En el siguiente Grafico observamos que Estados Unidos, es la mayor fuente de ingreso para el país, con un equivalente de \$17.751.748,93 valor FOB, este tubérculo es el más pedido para este país por sus múltiples beneficios.

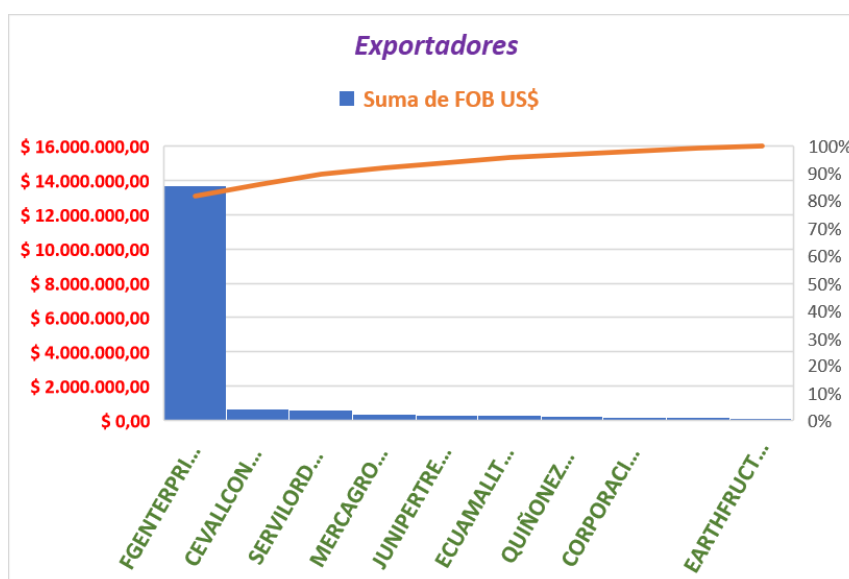
Análisis de las empresas que exportan al mercado estadounidense

Tabla 3 Empresas exportadoras EEUU

EXPORTADOR	Suma de FOB US\$
FGENTERPRISE S.A.	\$ 13.653.785,60
CEVALLCON S.A.	\$ 686.924,48
SERVILORD S.A.	\$ 612.122,00
MERCAGRO S.A.	\$ 395.077,60
JUNIPERTREE CIA. LTDA.	\$ 334.944,45
ECUAMALLTRADE S.A.	\$ 300.355,70
QUIÑONEZ FUENTES WILSON JULIAN	\$ 234.096,00
CORPORACION C&RAGROEXPORT CIA.LTDA.	\$ 178.717,00
EXPOFRUITPAC S.A.	\$ 174.176,78
EARTHFRUCTIFERA CIA. LTDA.	\$ 139.020,00
NEOLSA S.A.	\$ 126.073,78
EXPORTFRESH S.A.	\$ 112.548,25
VIMTICORP S.A.	\$ 110.692,16
ADMINISTRADORA LA CHONTA ADMICHONTA S.A.	\$ 82.737,70
ASOCIACION AGROPECUARIA LA MALANGA	\$ 76.617,80
JMW TROPICAL & JR PRODUCE CORP S.A.	\$ 67.200,00
BACCICHETTO ALFREDO	\$ 63.332,50
KGPORT S.A.	\$ 56.885,00
GONZALEZ REINOSO DAVID ANTONIO	\$ 54.000,00
FRUTINEXUS S.A.	\$ 51.604,00
EXFRUTEC S.A.	\$ 32.480,00
UNIQUE FRUITS DEL ECUADOR UNIFRU S.A.	\$ 23.999,85
AMERICA AGRICOLA AMAGRI S.A.	\$ 23.313,00

LANONEXPORT S.A.	\$ 22.408,00
COMERCIALIZADORA EKINOXPRODU S.A.	\$ 18.840,15
FRUTAS DEL ECUADOR S.A.	\$ 17.570,00
JACOME DIAZ MYRIAN FERNANDA	\$ 14.457,00
OCAMPO IZA EDISSON ALEJANDRO	\$ 10.144,00
ESPINOSA LUCERO GUSTAVO PATRICIO	\$ 9.628,50
GREEN FRUITSCOM CIA. LTDA.	\$ 8.898,00
ISMAEL FRUIT ISMAFRUIT CIA.LTDA.	\$ 8.400,00
AGRICOLA PALMEIRAS AGRIPAL S.A.	\$ 7.448,00
SOTO ROMERO ROBERTO	\$ 7.217,00
AVILA ENTERPRISE AVILENTER S.A.	\$ 7.212,49
CIMEXPORT S.A.	\$ 7.140,00
FAVAYE S.A.	\$ 5.390,00
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE PLATANO ORGANICO	\$ 4.519,90
DIAMONDFRUIT C.L.	\$ 4.200,00
SOUTH AMERICA AGRI - PRODUCTS SOAMEAGRI S.A.	\$ 4.045,50
TROPICALFRUIT EXPORT S.A.	\$ 3.001,74
MAQUILAS SUPERIORES LUQUE QUALITY MASUQ S.A.	\$ 525,00
Total, general	\$ 17.751.748,93

Ilustración 3 Empresas exportadoras



Este Gráfico deduce las Empresas que exportan el tubérculo desde Ecuador hacia Estados Unidos, son un total de más de 40 empresas líderes de exportación hacia este país.

A partir de ese tiempo se ha incrementado la producción y exportación de dicho tubérculo.

MARCO CONCEPTUAL

A

Actividad Agrícola

Son aquellas propias del sector de la sociedad dedicada a la agricultura como actividad económica, es decir, al aprovechamiento de los suelos para la siembra, cuidado y recolección de frutas y granos para su posterior consumo.

Actividad Artesanal

Es una vertiente del Arte, aunque normalmente está asociada a procedimientos y materiales sencillos y se encuentra enmarcada dentro de una tradición familiar y cultural.

Aduana

Es una dependencia pública que está bajo el mandato del Estado en todas las fronteras del país, con el objetivo de chequear y organizar todas las mercancías que ingresan o salen del país.

Arancel

Tarifa Oficial que determina los derechos que se han de pagar en varias ramas como la de las costas judiciales y transporte ferroviarios.

C

Calidad

Conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarlas y valorarlas con respecto a los restantes de su especie.

Consumidor

Persona que compra y utiliza productos elaborados para uso personal.

Comercio Exterior.

Es el intercambio entre un país y el otro con el fin de que las naciones involucradas puedan cubrir sus necesidades de mercado tanto externas como internas.

Comercio Internacional.

Es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre los países del mundo.

Cosecha Agrícola.

Es la separación de la planta Madre de la porción vegetal de Interés Comercial.

Se basa en la Recolección de los frutos, semillas u hortalizas de los campos.

Comercio Bilateral.

Es el intercambio de bienes entre naciones que promueven el comercio y la inversión.

Ambos países reducirán o eliminarán aranceles, cuotas de importación, restricciones a la exportación y otras barreras comerciales para estimular el comercio y la inversión.

E

Exclusivo

Es un privilegio que tiene una persona o una empresa de hacer algo que está vetado a los demás.

Exportación

Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización.

L

Logística de Comercio Exterior.

Es un conjunto de Operaciones destinadas a transportar materias primas o productos terminados de un país de origen hasta un país de llegada, en donde se utilizarán los productos recibidos para la fabricación o comercialización directa.

N

Nación Menos Favorecida

Es un compromiso de un Estado en conceder a un país el arancel más bajo que se aplique a cualquier otro país que forme parte de la OMC.

R

Recursos Agrícolas

Son las Áreas de cultivo de especies vegetales del ciclo anual o permanente de porte herbáceo o arbustivo, pero con la finalidad de obtener la gran cosecha anual o periódica para un consumo directo o procesamiento industrial.

T

Transporte Aéreo

Es el Sistema de transporte que permite el traslado de personas y mercancías en Aeronaves.

Transporte Carga Pesada.

Es todo aquel traslado de Mercancías, cuyo peso no permite que sean movidas en unidades convencionales de carga como, por ejemplo, Contenedores o bien que se necesita un vehículo de transporte específico.

MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

Capitulo Primero

Título II

Derechos

Principios de la Aplicación del Derecho

Art 13. Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos, preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.

Capitulo Sexto

Trabajo y Producción

Sección Primera

Formas de Organización de la Producción y su Gestión

Art 319. Se reconocen diversas formas de organización de la producción de la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales, públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población, desincentivara a aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza, alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art 320. En las diversas formas se sujetará a principios y normas de calidad sostenibilidad sistemática, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Asamblea Nacional, 2008, págs. 13,160)

Medidas arancelarias al comercio exterior.

En los art 76 y 77 del COPCI se mencionan los diferentes tipos de aranceles que se derivan del comercio exterior, y en el art. 78 se describen las medidas no arancelarias a utilizarse en las importaciones y exportaciones realizadas dentro de las fronteras del país. En este marco jurídico también se encuentran estipuladas las tasas y procedimientos a seguir para lograr una exportación exitosa.

2. Plan de Creación de Oportunidades 2021.2025

Eje

Objetivos del Eje Económico

Objetivo 1. Incrementar y fomentar de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

La mejor política social es la creación de empleo, sin embargo, el papel del gobierno se limita a la creación de las condiciones adecuadas para que el Sector privado sea el responsable de la creación de Empleo.

Un componente importante de una economía libre es el sistema de precios. Los precios juegan un rol fundamental coordinan con las acciones de miles de personas, que persiguen sus propios objetivos, comunicando los cambios en el conocimiento particular de cada uno de ellos.

El segundo elemento para tener una economía libre es la Competencia. El Mercado se basa en el principio de igualdad de oportunidades, no pueden existir empresas que reciban privilegios especiales del Gobierno y cada una debe innovar y poner todos sus esfuerzos para satisfacer a sus consumidores si quieren prosperar.

En lo que se refiere al emprendimiento se precisa eliminar trámites innecesarios, propiciar la capacitación y acceso a condiciones óptimas de financiamiento tomando en cuenta la interrelación que debe existir entre la academia, la empresa y los diferentes niveles de gobierno.

Metas al 2025

- . Incrementar la Tasa de Empleo adecuado del 30.41% al 50%
 - . Reducir la Tasa de desempleo Juvenil de 10.08% a 8.17%.
 - . Aumentar el número de personas con discapacidad en los diferentes puestos de trabajo de 70.27% a 74.54%
 - . Incrementar la Tasa Acumulada de acceso al menos en l clase medio en un 30.39%.
- (www.planificacion.gob.ec, 2021)

Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

Primera Fase

Protocolo al Acuerdo del Consejo de Comercio e Inversiones relacionado con Normas Comerciales y Transparencia.

Objetivo. Consolidar la Modernización, la institucionalización y la transparencia de los procesos en materia comercial para atraer inversiones.

El Acuerdo Primera Fase establece un Marco para un Comercio fluido, seguro y beneficioso para los MIPYMES. Se compone de cuatro capítulos.

Estos 4 capítulos serán incluidos en la negociación de un Acuerdo Comercial, y han sido negociados sin previa autorización del Congreso Estadounidense lo cual ha sido fundamental para agilizar los procesos y reducir tiempos de ejecución.

Capítulo I

Facilidades para el comercio Internacional.

- . Eliminar trabas al comercio entre ambos países.

Capitulo II

Beneficios para MIPYMES

- . Otorgar Facilidades de Negociación para los MIPYMES
- . Mecanismos diferenciados para Facilitar el acceso de MIPYMES al Comercio Internacional.

Capítulo III

Buenas Prácticas de Regulación

- . Optimizar regulaciones duplicadas y eliminar procesos innecesarios.
- . Participación activa del Sector privado en la definición previa de regulaciones.

Capítulo VI

Lucha Anticorrupción del Comercio Internacional.

- . Garantizar un Intercambio comercial justo y seguro.
 - . Automatizar mecanismos y reducir discrecionalidad en procesos de Comercio.
- (FEDEXPOR, 2021)

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES COPCI.

Art 4. Fines. la presente legislación tiene como principales los siguientes fines.

- A) Fomentar la Producción Nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y Energías alternativas.
- B) Incentivos y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios socialmente deseables y ambientalmente aceptados.

Art 77 Modalidades de aranceles. Los aranceles podrán adoptarse bajo distintas modalidades técnicas tales como

- A) Aranceles Fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior, o,
- B) Contingentes Arancelarios. Cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones.

Se reconocerán también otras modalidades que se contemplen en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador. Los aranceles

Nacionales deberán respetar los compromisos que Ecuador adquiriera a los distintos tratados internacionales debidamente ratificados, sin perjuicio del derecho al aplicar medidas de salvaguardia o de defensa comercial a que hubiere lugar, que superen las tarifas arancelarias establecidas

Art 78 Medidas no Arancelarias. El Comité de comercio exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelarias a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos.

- A) Cuando sea necesario el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la Republica.
- B) Para dar Cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado Ecuatoriano.

Art 84. Normas de Origen. Se entenderá por normas de origen los parámetros técnicos establecidos con el objetivo de determinar el territorio aduanero o Región de origen de un producto. El origen de la mercancía podrá ser nacional Si se considera un solo país, o regional, si se considera a más de un país.

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

- A) Acceso a Programas de preferencias arancelarias u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos regionales, aplicables o que gocen de dichos beneficios.
- B) Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporadas a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este código.
- C) Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión de pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos
- D) aplicables de Naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este código.

- E) Asistencia o facilitación Financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo.
- F) Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcio, uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el gobierno nacional.
- G) Derecho de acceder a los incentivos a la inversión Productiva previstos en el presente Código y demás Normas pertinentes.

Art 111. Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera. Son sujetos de la obligación tributaria el sujeto Activo y el Pasivo.

- A) Sujeto Activo de la obligación tributaria es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- B) Sujeto Pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

La persona Natural o Jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la directora o Director General.

Art 154. Exportación Definitiva. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás Normas aplicadas. (COPCI, 2020, págs. 2,21,22,24,27,34)

Ley de Propiedad Intelectual

Art 1. El Estado Reconoce, regula y garantiza la Propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La Propiedad intelectual comprende

1. Los Derechos del autor y derechos conexos.

2. La propiedad industrial, que abarca entre otros elementos los siguientes.

- A) Las Invenciones
- B) Los dibujos y modelos Industriales
- C) Los Esquemas de trazados de circuitos integrados.
- D) La información no divulgada y los secretos comerciales
- E) Las marcas de fábrica de comercio.
- F) Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio.
- G) Los Nombres comerciales.
- H) Las Indicaciones geográficas.
- I) Cualquier otra creación intelectual que se destine a su uso agrícola, industrial o comercial.

Art 2. Los derechos conferidos por esta ley se aplican igual a nacionales y extranjeros domiciliados o no en el Ecuador.

Art 3. El instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) , es el organismo administrativo competente para propiciar, promover , fomentar, prevenir y proteger a nombre del Estado Ecuatoriano, los derechos de la propiedad intelectual reconocidos en la presente ley y en los tratados y convenios internacionales, sin perjuicios de las acciones civiles y penales que sobre esta materia deberán conocerse por la Función Judicial.

TITULO I

DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS.

SECCION I

Preceptos Generales.

Art 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art 5. El derecho del autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar, publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no están sometidos a registro. (SICE.OAS.ORG, s.f., págs. 1,2)

CAPITULO II METODOLOGIA EMPLEADA

Tipos de enfoque

Se ut el tipo de Enfoque Mixto para el desarrollo del presente estudio de Factibilidad para el sector agrícola de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas para la Exportación de Jengibre fresco en el periodo 2022 2023 para el Mercado Estado Unidense. Este tipo de enfoque es necesario para la recopilación de Datos que necesitamos recaudar para lograr un estudio con eficiencia y eficacia.

Enfoque Cualitativo.

Se Recaudará datos mediante el Análisis que realizaremos en los estudios de mercado realizados previamente para llegar a la solución de algún problema para la Exportación del Producto.

Enfoque Cuantitativo.

Se Recopilará Datos Estadísticos, mediante el uso de técnicas informáticas para poder manipular los datos estadísticos existentes.

Tipos de investigación

Investigación Explicativa. Se realizará un Estudio para llegar al problema general mediante consultas a los agricultores del sector productivo para iniciar con las mejoras necesarias.

Investigación Descriptiva. Se Analizará los Resultados de las Encuestas a los Importadores para llegar a un fin y poder aplicar las estrategias correspondientes para el éxito del Estudio.

Investigación Documental. Se Recurrirá básicamente a información recogida en diversas fuentes, artículos de periódicos, blogs relacionados con la exportación de este tubérculo para llevar acabo nuestro proyecto con exactitud.

Investigación de Campo. Se Analizará este Método de Investigación sobre el Terreno, para poder obtener datos reales y estudiarlos tal como se presentan.

Métodos de investigación

Analítico - Sintético

Nos ayudara a analizar por partes nuestro proyecto para llegar a un fin y solución en algún problema a futuro. Separaremos propuestas, problemas y de más conclusiones para poder llegar a la realización del estudio.

Método Histórico - Lógico

Se Estudiará la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de su historia. Investigaremos las leyes generales, funcionamiento y desarrollo de los fenómenos.

Método Inductivo

Utilizaremos estrategia de razonamientos que se basan en la inducción, para ello debemos partir de los más particular a los más general, tomando en cuenta el proyecto.

Además, se lo aplicara para que contribuya con la ayuda para que las asociaciones cumplan con los requisitos necesarios para que se conviertan en Exportadores.

Método Deductivo

Se Extraerá conclusiones con base de una premisa o una serie de proposiciones que se asuman como verdades.

Por medio de este método se emplea esta investigación para confirmar que la exportación que desea hacer la asociación y se obtendrá como resultado de lo planificado. (Westreicher, 2020)

Método Empírico.

Observación.

Se Realizará una observación de campo tipo Directa ya que me trasladare al punto donde se cultiva el producto, y también para abarcar y averiguar los problemas actuales en este punto de sembrío.

Encuestas

Se utilizará tipos de preguntas cerradas y abiertas.

Esto nos servirá para recaudar información para el mejoramiento de la exportación de dicho producto, con el fin de incrementar su producción y venta.

Método Estadístico

Tabulación

La Tabulación ayudara a la Investigación con todos los datos que se han recopilado para interpretar por medio de las tablas simples y así tenemos una visión clara sobre la exportación del jengibre fresco.

Representación

En la Representación se deducirá información que se obtiene en forma de diagramas con barras para transmitir lo más importante.

Ilustración 4 Exportación de jengibre



El gran crecimiento en las exportaciones en 2020.

Los valores por las exportaciones de jengibre desde Ecuador en el último año registraron un crecimiento de USD 3,65 millones; pese a que no es uno de los principales países productores y/o exportadores de este producto. Durante 2020, al menos 35 exportadores ecuatorianos enviaron este producto a 9 países, por un total de USD 3,82 millones, tomando en cuenta que entre 2013 y 2019 el valor promedio exportado ascendía tan solo a USD 0,43 millones. Estados Unidos, principal importador a nivel mundial, también fue el principal destino de las exportaciones de jengibre ecuatoriano, pero para ese país, Ecuador tan solo representa el 2% del total importado, manteniendo a China y Perú como principales proveedores. En tanto, Colombia se posiciona como el segundo destino del jengibre ecuatoriano, siendo Ecuador el mayor proveedor del país vecino. (CCQ, 2021)

Estados Unidos – New York como mercado destino.



Al seleccionarse el mercado estadounidense como destino del producto, es necesaria la descripción de los aspectos más relevantes de este mercado. De acuerdo a la recopilación adquirida podemos determinar que Estados Unidos es la tercera nación más grande del mundo, llegando a ser la primera potencia militar y económica. Su fortaleza económica lo vuelve un mercado atractivo para países en vía de desarrollo y desarrollados, recordando que sus condiciones de mercado son también favorables para el jengibre a ofertar. Tomando como referencia, la población estimada de USA al año 2020 asciende a 329.5 millones de habitantes.

Estas estadísticas muestran el gran tamaño del país seleccionado que sumado a su economía lo vuelven un mercado aún más atractivo. Debido al índice poblacional, requiere de un alto volumen de alimentos que satisfagan la demanda, siendo un producto que tiene un gran volumen de importaciones, constituyéndose en una ventaja para su comercialización. (Aghón, 2001)

Esta diversidad favorece la compra de artículos de diferentes partes del mundo, como el jengibre, conociéndose que es un producto milenario y cuyo consumo se ha expandido a diversos países. Lo mencionado es una ventaja para Marcos Corrales quien requiere un crecimiento rápido de sus ventas, el posicionamiento y reconocimiento de su oferta. Un punto fuerte es la elevada concentración de latinos, la cual corresponde al 28%, mostrando el peso que posee esta población y la oportunidad para ofertarle un producto proveniente de su cultura

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población.

En la investigación se seleccionó a tres (3) importadores potenciales del jengibre en la ciudad de Nueva York – Queens para conocer los detalles del mercado, niveles de demanda y demás aspectos a considerar para la oferta del producto propuesto.

Se segmentó el distrito de Queens y por medio del portal Santander (2018) bajo la partida “0910.10” a la que referencia como “jengibre” en forma generalizada, se identificaron tres markets que figuran como importadores de estos productos.

Para la recolección de información proveniente de este público se empleó el cuestionario

de encuestas.

Tabla 4 Importadores potenciales del producto propuesto en Queens – New York

Empresa	Reseña	Sitio Web
RESTAURANT DEPOT	Proveedor mayorista de alimentos a restaurantes independientes, empresas de catering y otras entidades.	http://www.restaurantdepot.com/
JP SURPASS TRADING	Importa y distribuye alimentos caracterizados por sureconocimiento en el continente asiático. Su presentación es en natural, congelada, seco, salsa, polvos y demás.	https://jps.en.ecplaza.net/
USA TROPICAL	Ofrece productos de origen vegetal, tanto frescos como procesados.	http://www.usatro.picalsinc.com/

FUENTE: Santander (2018)

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Muestra.

La Muestra se obtiene con los Resultados de las Encuestas que se realizó al Momento de calcular con la formula indicada, y donde se podrá obtener una respuesta y comprobar a cuantos Miembros se tiene que realizar la Encuesta, para que los Productores de Jengibre de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas hacia los Estados Unidos.

N = ES EL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

N = ES EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN = 35

Z = VALE 1,96 PARA UNA CONFIABILIDAD DEL 95%

P = ES LA PROPORCIÓN POBLACIÓN QUE DESEAMOS ESTIMAR. LA MUESTRA PILOTO APLICA AQUÍ TAMBIÉN.

E = EL ERROR MÁXIMO = 5%

R = 30 ENCUESTAS.

Análisis de Resultados

5.1 Entrevista al productor

En la entrevista realizada al productor, considera que el cantón Santo Domingo cuenta con una serie de condiciones idóneas para el cultivo de jengibre; sin embargo, este producto ha sido poco explotado en el territorio, limitando así su demanda. Respecto a los conservantes, el producto no lo requiere catalogándose, así como 100% natural.

También se pudo recopilar información que permitió determinar que el producto, según sus cualidades cumple con las características necesarias para la exportación, pero requiere adaptaciones en torno a su idioma para el ingreso a Estados Unidos. Respecto a su vida útil, considerándose idóneo al exportar la carga y luego ponerla a disposición del consumidor.

Cabe recalcar que el productor no tiene conocimientos sobre las actividades y términos del comercio exterior, pero considera que la propuesta de exportar su producto al exterior es muy atractiva, a su vez indica que está muy interesado en la implementación de un plan de exportación de jengibre a Estados Unidos, ya que considera que en Ecuador no existen muchas oportunidades para el producto, además de identificarse mediante la investigación que posee una oferta exportable para cubrir una cantidad atractiva de la demanda en el Distrito de Queens.

Para ello, se investigaron las cifras del comercio internacional a nivel mundial, pudiendo analizar la demanda y determinar que se posee una capacidad exportable capaz de cubrir el 55,68% del mercado en Queens, abasteciendo las cantidades importadas por los distribuidores bajo la partida “0910.10” referente al “jengibre”.

5.1.1 Encuesta a importadores potenciales en New York - Queens.

1. ¿Cómo evalúa las condiciones del mercado de Queens para la comercialización del jengibre?

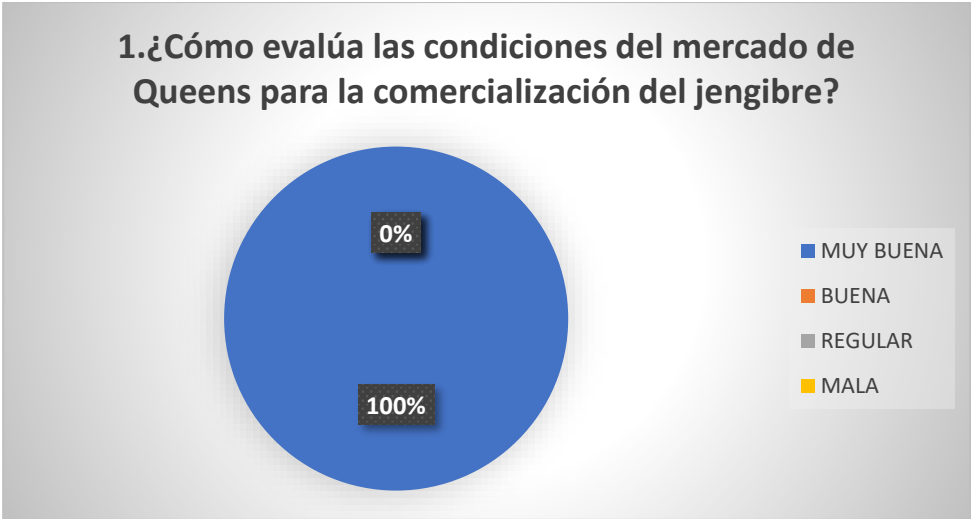


FIGURA 1. Condiciones para el mercado de Queens

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

Según las Respuestas de los Encuestados, el 100% indica que el Estado de Queens presenta las condiciones Idóneas, para la Comercialización del Jengibre planteando, sea a través de este proyecto, favoreciendo el desarrollo del mismo.

2. ¿Quiénes son sus principales clientes en el mercado?

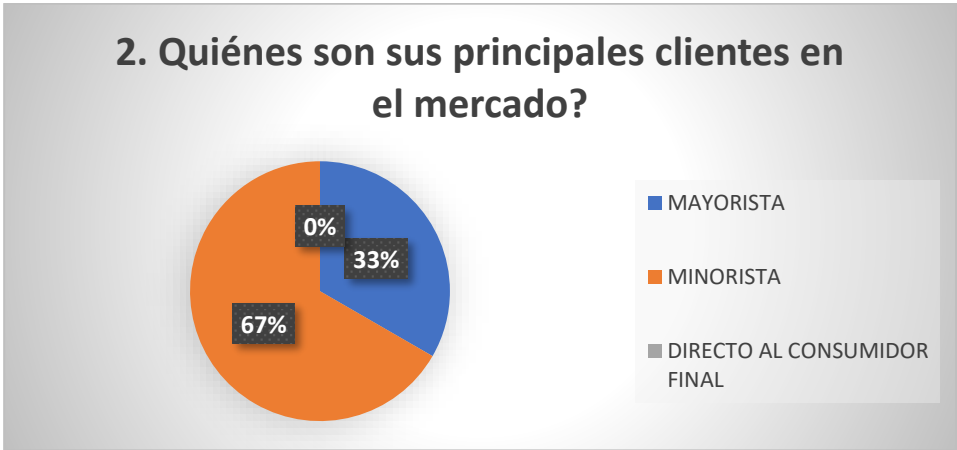


FIGURA 2. Principales clientes

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis:

El 67% indicaron que sus principales clientes son Minoristas, es decir que ofrecen el Producto en puntos de Venta al detalle, facilitando el acceso al Consumidor, el 33 % indican que sus clientes son Mayoristas y el Consumidor Final.

3. ¿De qué países provienen los proveedores que usted maneja?

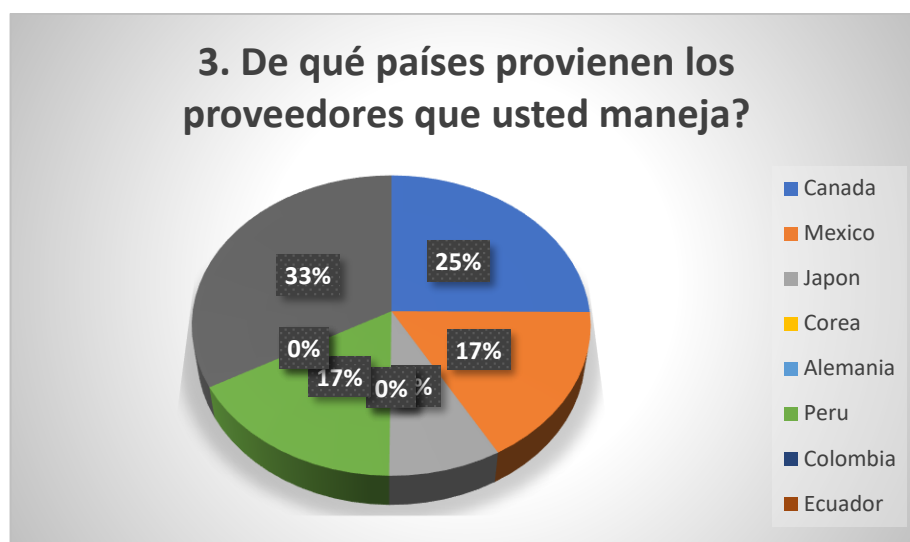


FIGURA 3. Países proveedores de jengibre

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Analisis.

Existieron una variedad de criterios entre los consultados, mencionando principalmente a Canadá debido a la cercanía con dicho país. Adicionalmente, están México y Perú, entre otros. Debe añadirse que Ecuador no figura como proveedor de este producto entre los importadores encuestados.

4. ¿Posee experiencia importando productos desde Ecuador?

Análisis.

El 75% de esta Encuesta si posee experiencia importando productos desde su lugar de destino, mientras que el 25% restante no posee la experiencia necesaria para la debida importación.

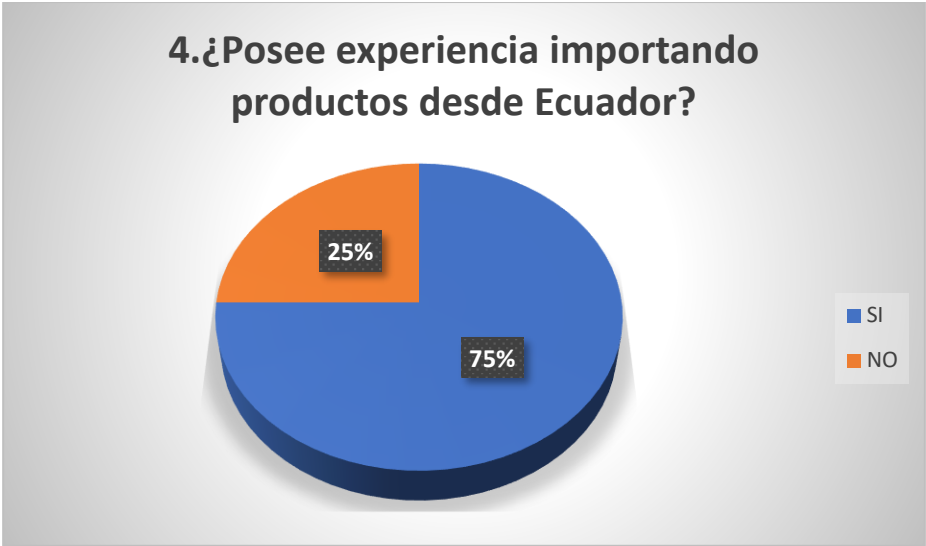


FIGURA 4. Experiencia importando desde Ecuador

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

A pesar de no figurar Ecuador entre los proveedores de jengibre, el 75% de los encuestados, indicaron haber importado otros productos desde territorio nacional. Esto reduce el riesgo en relación al desconocimiento de procesos y normativas ecuatorianas para el comercio internacional.

5. De responder “Sí” en la pregunta 4, evalúe a continuación su experiencia:

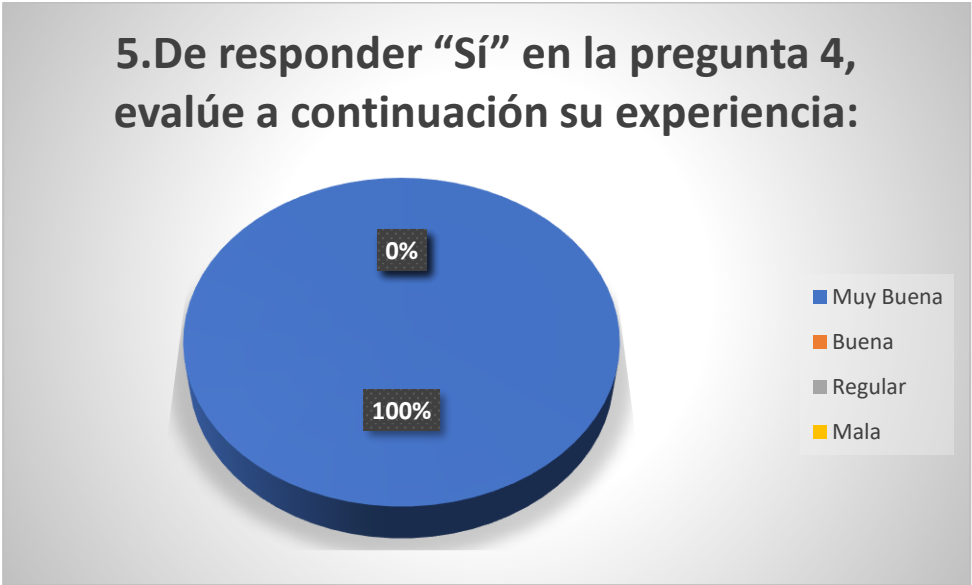


FIGURA 5. Evaluación de experiencia importando desde Ecuador

ELABORADO POR: Hanns Robayo

6. ¿Qué volumen de importaciones realiza al año con respecto al jengibre?

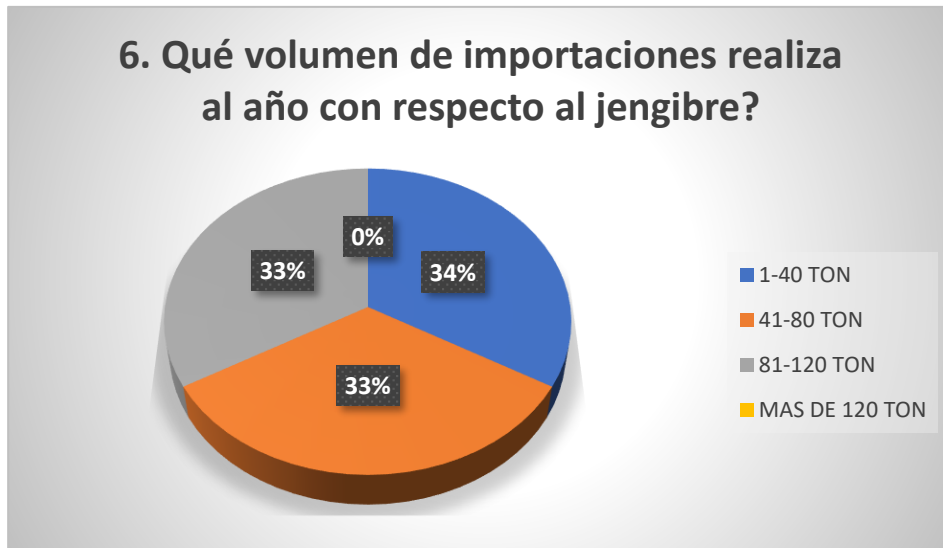


FIGURA 6. Volumen de importaciones de jengibre al año

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

Consultando el volumen de productos que importan estos clientes potenciales en el año, indicaron como respuesta una variación entre 1 a más de 120 toneladas. Cabe mencionar que no se evidencia una frecuencia mayor al 33% entre los niveles incluidos en la encuesta.

7. ¿Cuántas importaciones de jengibre realiza en promedio al año?

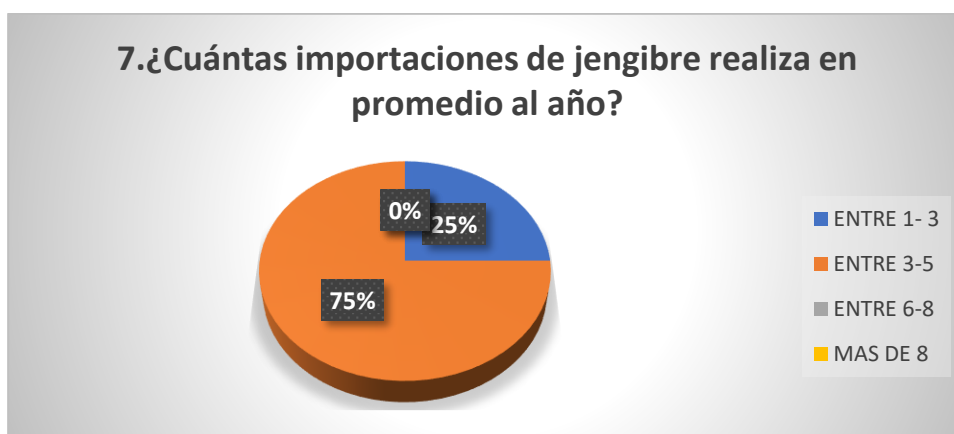


FIGURA 7. Número de importaciones

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

Conocido el volumen de importaciones se consultó el número de veces en las cuales realiza el trámite al año; evidenciando que principalmente el 75%, es decir 3 clientes potenciales, las realizan de 3 a 5 veces en dicho periodo, siendo una frecuencia atractiva para el exportador porque cada envío le representa una venta.

8. Conociendo que el jengibre es una raíz con amplios aportes medicinales como relajantes, reductor de colesterol, favorece la digestión, las vías respiratorias, entre otros beneficios ¿Cree que su consumo como tubérculo resultaría atractivo en el mercado?

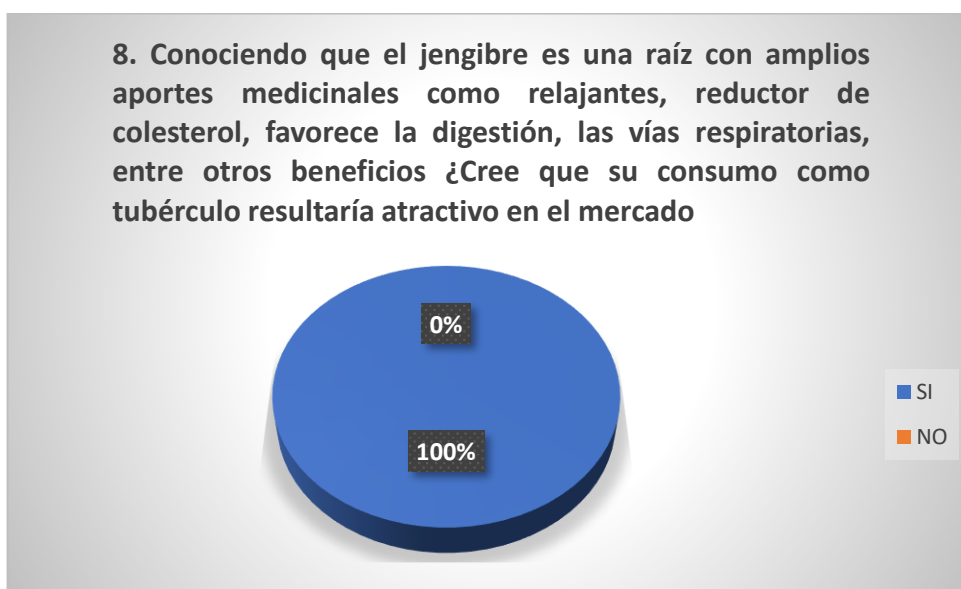


FIGURA 8. Consumo atractivo de jengibre

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

El 100% de la Población de Queens le parece atractivo los beneficios del Jengibre para el Mercado, lo que es muy favorable para la Propuesta Planteada.

9. ¿Según su opinión qué niveles de aceptación tendrá de jengibre en el mercado?

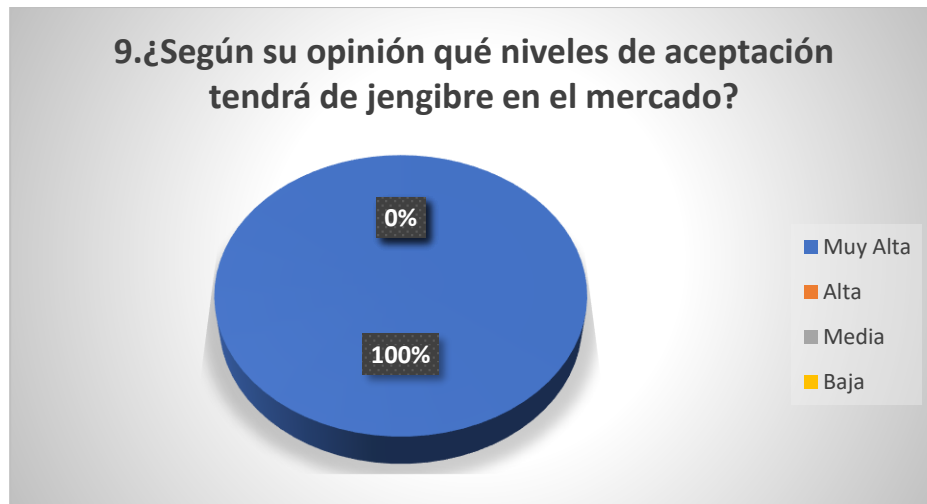


FIGURA 9. Nivel de aceptación del jengibre

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

El 100 % de la Población de Queens dice que la aceptación del Jengibre en el Mercado es muy Alta por sus Beneficios, dando así una Respuesta Positiva para la Exportación a ese País.

10. ¿Estaría usted dispuesto a importar el jengibre desde Ecuador?

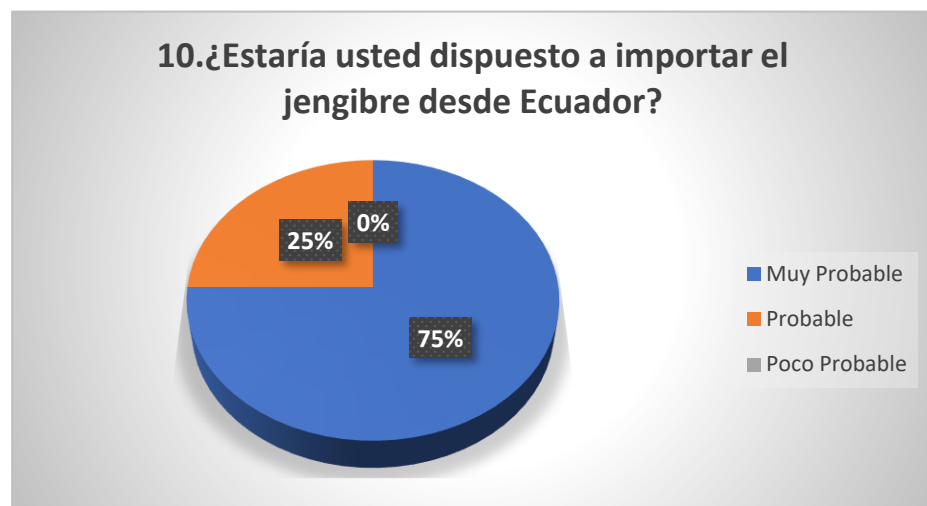


FIGURA 10. Disposición a importar jengibre

ELABORADO POR: Hanns Robayo

Análisis.

En base a la información recabada, la cual fue proporcionada por los clientes potenciales, se consultó si estarían dispuestos a importarlo, apreciando una alta probabilidad en el 75% de casos.

En la visita realizada al productor se pudo observar que la zona de producción se encuentra equipada, manteniendo cuatro maquinarias que permiten el procesamiento del jengibre para su comercialización, además de aquellas máquinas empleadas para el llenado de las bolsitas. Se acota que el personal cuenta con los equipos y protección necesaria para llevar a cabo su actividad.

El área de trabajo se considera adecuada, ya que existe una evaluación diaria de las instalaciones para evitar problemas con la producción, reduciendo al mínimo los riesgos. Cuenta con los permisos de funcionamiento y la notificación sanitaria para su producto se encuentra en trámite, esperando obtenerla al final del año 2022, cumpliendo además con normas higiénicas en los procesos de fabricación, manipulación y almacenamiento.

Análisis de Resultados

El análisis de los resultados, permiten obtener todos los datos recopilados en las encuestas y presentados de manera estadística para que sean de fácil apreciación y de tal manera sacar una deducción de por qué el Sector productivo del Jengibre de Santo Domingo de los Tsáchilas se debe convertir en seguro exportador hacia Estados Unidos.

Para el Desarrollo del trabajo de estudio de factibilidad se utilizó la respectiva revisión documental de fuentes primarias y secundarias como herramientas de comercio exterior, documentos de tesis, leyes del país importador y exportador.

El Método estadístico será basado en el comercio bilateral con Estados Unidos de los últimos 5 años.

Para desarrollar el análisis FODA y CAPA, tendremos que investigar y analizar el área de cultivo del jengibre, identificar la secuencia de los agricultores antes, durante y después de la cosecha y distribución del tubérculo

FODA

FORTALEZAS

Suelo Cálido para cualquier clima.

Producto Fácil de cosechar.

Producto rico en vitaminas y minerales, efectivo para esta época de pandemia.

OPORTUNIDADES

Acuerdos Comerciales con Estados Unidos

Reducción de Aranceles en Maquinaria y Tecnología.

Aperturas de Mercados internacionales mediante época de pandemia.

DEBILIDADES

Falta de Distribución

Mala Manipulación del Sembrío.

Falta de productos agrícolas de buena calidad para el mejor cuidado.

AMENAZAS

Mala Utilización de Fungicidas para las Plagas, dañando las cosechas

Presión por el Precio Competitivo.

Es un Producto Perecible debe tener el cuidado necesario para que no se malogre.

Método CAPA

Potenciar cada Fortaleza.

Se ratificará el apoyo al Sector Productivo de la Ciudad de Santo Domingo para incrementar la cosecha del jengibre en los Sectores brindando seguridad y generando más plazas de empleo.

Aprovechar cada Oportunidad.

Se manejará con Responsabilidad y transparencia cada paso de la exportación para mantener las preferencias arancelarias que tiene nuestro país.

Corregir cada Debilidad.

Se coordinará para tener mejor forma de Distribución del Producto.

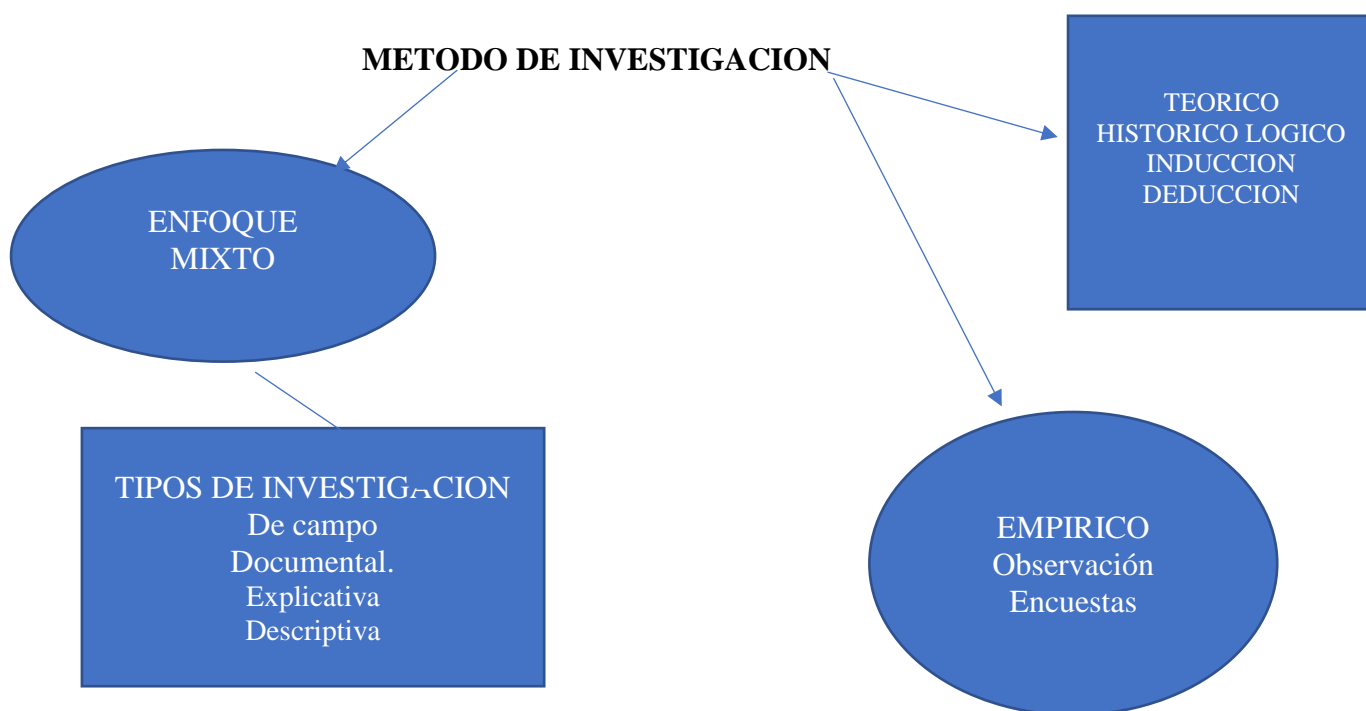
Se mejorará la trazabilidad de la Producción del tubérculo.

Afrontar cada Amenaza.

Se hará todo lo posible para lograr toda la mayor producción a menor escala.

Técnicas de recolección de datos

Ilustración 5 Metodología Empleada



Observación Directa del Cultivo

Imagen 7 Recopilación del tubérculo



El Jengibre fue un Producto estrella 2020.

Se puede producir 1000 quintales por Hectárea, en cada una de ellas se puede colocar 3000 semillas.

El ciclo de cultivo de este tubérculo para que sea atractivo dura 10 meses.

Imagen 8 Proceso del sembrío



Ese es el Proceso de sembrío, tiene que ser en un suelo cálido y subtropical para poder conservarlo y cosecharlo.

Proceso de cosecha

Los jornaleros del Sector nos indicaron que el Jengibre se lo cosecha excavando la planta Entera, aunque puede ser cosechada en cualquier etapa de Madurez.

Para los agricultores de este Sector el Mejor momento es cuando el tubérculo tiene de 8 a 10 meses de edad.

Imagen 9 Cosecha del tubérculo



CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Título de la propuesta

Estudio de Factibilidad de la Exportación del Jengibre Fresco para el Mercado Estadounidense.

Descripción de la propuesta.

Se Aprovechará los beneficios de esta región por ser privilegiada con su clima y su tierra fértil y que dará lugar a que se produzca en mayor escala y que permita ser a esta ciudad la pionera en exportación del Jengibre.

Beneficios de la propuesta

Se Implementará estrategias para que la producción crezca y así generar aperturas a nuevas plazas y mercados internacionales.

Objetivo General de la Propuesta.

Ampliar la Exportación, esto provocara la mejoría del estilo de vida de cada las familias de la región. Se abrirá más plazas de trabajo mediante la producción y el cultivo. Se obtendrá certificaciones internacionales.

Descripción del producto GINGER LIFE

El Producto GINGER LIFE se cultivará dentro de un clima tropical caliente, húmedo. La temperatura deberá variar entre los 18 a 30 grados centígrados y una humedad entre los 80 a 95 %.

El suelo necesita una textura franca arenosa con un PH de 5.5 menos 7.0.

Los tipos de suelos ideales para el cultivo de este tubérculo son los friables y los de fáciles drenajes.



Ese es el Logo de la Marca que llevara en cada caja de exportación.

Preparación de la carga

El Jengibre es un tipo de carga Perecedera, ya que durante su almacenamiento o transporte puede sufrir deterioro o no llegar en Condiciones aptas para su uso o consumo.

Por lo General para la Exportación vía Marítima se recomienda adicionar un 5% más en peso para compensar la pérdida de peso del jengibre durante la Travesía. (BLOGSPOT, 2021)

- **Embalaje y Clasificación para la Exportación**

El jengibre se empaca suelto en capas. Por lo general, las cajas de exportación de jengibre tendrán productos que cumplen con el tamaño mínimo especificado; es decir habrá diversos tamaños de jengibre en cada caja, pero todos cumplirán con la especificación mínima de tamaño requerida. En algunos casos, y a petición del cliente, el jengibre se exporta clasificado por tamaño.

Para la exportación vía marítima se recomienda adicionar un 5% más en peso para compensar la pérdida de peso del jengibre durante la travesía. El peso neto requerido para la exportación varía entre 12 kg. y 13.6 kg. (27 lb. y 30 lb.) dependiendo del mercado y los requerimientos del importador, se recomienda que no se sobrellenen las cajas Durante su empacado.

Imagen 10 Embalaje del producto

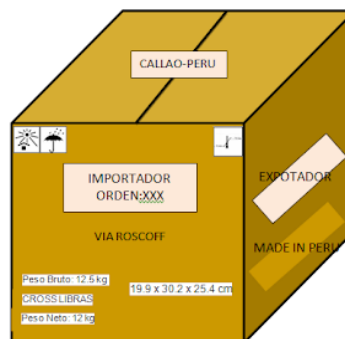


- **Empaque**

El jengibre debe ser empacado en cajas de cartón de dos piezas, totalmente teles copiables (del tipo usado para el banano).

Las cajas deben soportar esfuerzos a la rotura de 19.33 kg/cm² (275 lb/plg²). Cuando se usen grapas para conformar las cajas, debe tenerse especial cuidado en asegurar que éstas estén completamente cerradas para prevenir daños a los rizomas.

- **Marcado**



- **La Unitarización de la carga**

La unitarización del Producto necesita estar refrigerada, ya que para tener una calidad comercial aceptable y al permanecer dentro de contenedores por días en el transporte internacional tiene que estar mínimo a 12 grados C.

Bultos: Cajas de cartón corrugado



1. Peso Bruto: 12.5 kg
2. Peso Neto: 14 kg
3. Volumen: 19.9 x 30.2 x 25.4 cm
4. 3250 cajas en total.



Pallets: Pallets de 4 entradas para facilitar el manipuleo.

1. Medidas: 120 x 80 cm
2. Peso bruto: 12 kg (20 pallets a utilizar)
3. 126 cajas por pallets con un peso total: 45 500kg.
4. Por pallet tiene de peso neto total de 1776 kg



Contenedor:

1. Tipo de contenedor: Contenedor reefer 40"
2. Medidas: Largo: 11,580 mm ancho:2,290 y alto: 2,402 milímetros
3. Contenedores a utilizar: 1
4. Peso de la carga total es de 45740 kg

- **Manipuleo**

Por ser de naturaleza perecedero se necesita de un tratamiento especial que garantice su seguridad y preserve sus propiedades. El jengibre, al ser transportado por vía marítima, necesita ser refrigerado y ser transportada con ciertos cuidados. Instrucciones para el manipuleo. (SERIE AGRONEGOCIOS, 2009)

Partida arancelaria

091011

El inicio de la cosecha se da durante la madurez fisiológica, por el cual la identificamos cuando el tallo llega a tener el diámetro de madurez y se presenta amarillento, esto ocurre entre 9 a 10 meses del periodo vegetativo.

El tipo de cosecha debe ser manual con Rastrillos y azadones adaptados para el efecto.

Se lo Distribuirá en el Mercado Estadounidense en cajas de cartón corrugados con orificios en los lados laterales para la circulación del aire con un peso de 6 kilos con un Valor de 6 dólares americanos x kilo.

La temperatura seria 10 a 12 grados centígrados, se lo transportara de forma Marítima en contenedores REEFER de 40 pulgadas, y se comercializara en el mercado americano ya que el 75 por ciento de la población utilizan este tubérculo para sus distintas preparaciones por sus beneficios.

Imagen 11 Caja de Exportación



Beneficios del producto.

El jengibre es muy importante en esta época por sus beneficios medicinales y culinarios los cuales son muy importantes para los mercados internacionales.

- . Regula el Metabolismo
- . Alivia las Nauseas
- . Mejora la circulación
- . Alivia la Congestión Nasal.
- . Es un Gran Antioxidante
- . Estimula el Apetito.
- . Actúa como Afrodisiaco.

Componentes nutricionales

El Consumo del Jengibre aporta una buena cantidad de Hierro, componente esencial de la **Hemoglobina**. Al consumir 100 G de este producto permite cubrir el 13 por ciento de las recomendaciones dietéticas.

Es conocido también porque estimula los jugos gástricos y provee efectos para aliviar resfriados y tos. La Raíz tiene usos medicinales principalmente para el tratamiento de la Dispepsia, y también combate los síntomas de Nauseas.

Tabla 5 Tabla nutricional

CALORIAS	CARBOHIDRATOS	AZUCARES	FIBRA	GRASAS	PROTEINAS
336	71,62 g	3,39 g	14 g	4,24 g	5,55 g

FUENTE. (RODRIGUEZ, 2022)

Requisitos para la Exportación

Con un PIB PERCAPITA que bordea los 60000 dólares, Estados Unidos presenta atractivas oportunidades comerciales para los exportadores ecuatorianos.

De acuerdo a datos del Banco Central, en el 2017 las exportaciones fueron de USD 2,591 Millones. Además de las Rosas el Camarón y el banano, a este destino llegan también productos ecuatorianos con valor agregado como el pescado procesado, aceite de palma etc.

Para exportar a Estados Unidos se debe tener muy en cuenta los siguientes requisitos.

1. Todo producto exportado a Estados Unidos debe contar con un etiquetado que señale el país de origen del producto.
2. Exportaciones de productos de origen vegetal en estado fresco solo se puede ingresar a Estados Unidos si existe un reglamento que defina los requisitos sanitarios, si este no existe es necesario acudir al MAG para que se efectúe las gestiones a fin de lograr la emisión del reglamento requerido.
3. Las Exportaciones de Cárnicos de Res, Cerdo y Aves están sujetas a controles sanitarios muy estrictos en Estados Unidos y algunos productos están de hecho prohibidos. Es necesario revisar el producto específico conforme las últimas notificaciones Sanitarias.
4. En general los alimentos procesados serán de menor complejidad, pero es necesario que la planta que produce el alimento cuente con determinadas certificaciones y cuente con el registro ante la FDA.

Requisitos que puede exigir el cliente en Estados Unidos al momento de Exportar.

Existen temas que no son obligatorios para ingresar productos a Estados Unidos, pero son altamente recomendables tenerlos presentes y en algunos casos habrá clientes que los exijan como.

1. Certificados de garantía, tipo pólizas, contra demandas por defectos en el producto.
2. Certificaciones de Calidad o de buenas prácticas de manufacturas bajo uno u otro esquema privado.
3. Otros certificados dependerán de las características del producto como por ejemplo productos que solo puedan llevar leyendas como **ORGANIC, GLUTEN FREE**, o similares, si cuenta con el respectivo certificado que lo avale.

(Bozquez, 2018)

Estudio Técnico

Localización

Estudiar y Analizar la localización de un proyecto nos sirve de mucha ayuda para determinar qué tan exitoso, necesario y beneficioso puede llegar a ser. Para decidir la ubicación es importante considerar si el lugar ofrece ventajas necesarias para llevar a cabo el proyecto y que actúe exitosamente en dicho lugar.

El objetivo principal es que por medio de este proyecto determine la rentabilidad minorando los costos de inversión y los gastos que se generen durante el periodo productivo.

La Localización consta de dos etapas. Macro localización y Micro localización.

Macro Localización.

Este proyecto se llevará a cabo en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la cual dispone de una gran infraestructura Hotelera, Comercial, Agrícola es como la Provincia ciudad centro que divide Costa y Sierra.

La Concordia, es el lugar de producción del producto motivo de esta Tesina está ubicado en la en la Provincia de Santo Domingo.

Es importante mencionar que el Cantón La Concordia es uno de los más importantes del Ecuador por su gran producción de productos agrícolas y ganaderos.

Imagen 12 Localización Santo Domingo



(carlos, 2021)

Micro Localización

La Concordia es uno de los Cantones de Santo Domingo de los Tsáchilas, atravesada por la carretera que divide de norte a sur el Continente Americano, La Panamericana.

La Temperatura promedio en la Provincia es entre los 22 a 32 grados centígrados, con lluvias y variedad de suelos eso la hace un cantón muy rico en minerales para el cultivo de hortalizas y tubérculos.

La **Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas** es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al centro norte del país, en la zona geográfica conocida como Región Costa, en los flancos externos de la cordillera occidental de los Andes. Su capital administrativa es la ciudad de Santo Domingo, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 4.180 km², siendo la décimo novena provincia del país por extensión.

Está constituida por 2 cantones, de las cuales se derivan 8 parroquias urbanas y 10 parroquias rurales. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas pertenecerá a una región comprendida también por la provincia de Manabí, aunque no esté oficialmente conformada, denominada Región Pacífico.

Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las actividades principales de la provincia son el comercio, la ganadería, la industria y la agricultura.

Después de la guerra independentista y la anexión de Ecuador a la Gran Colombia, se crea la Provincia de Pichincha el 25 de junio de 1824, en la que dentro de sus límites se encontraba el actual territorio santo Domingo. El 6 de noviembre de 2007 se crea la vigésima tercera provincia del país, la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Está ubicada al Noroccidente de la Provincia, una de las zonas con mayor pluviosidad y riqueza hidrológica del país.



Fuente. (carlos, 2021)

La **Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas** es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al centro norte del país, en la zona geográfica conocida como Región Costa, en los flancos externos de la cordillera occidental de los Andes. Su capital administrativa es la ciudad de Santo Domingo, la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 4.180 km², siendo la décimo novena provincia del país por extensión.

Está constituida por 2 cantones, de las cuales se derivan 8 parroquias urbanas y 10 parroquias rurales. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas pertenecerá a una región comprendida también por la provincia de Manabí, aunque no esté oficialmente conformada, denominada Región Pacífico.

Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las actividades principales de la provincia son el comercio, la ganadería, la industria y la agricultura.

Después de la guerra independentista y la anexión de Ecuador a la Gran Colombia, se crea la Provincia de Pichincha el 25 de junio de 1824, en la que dentro de sus límites se encontraba el actual territorio Santo Domingo. El 6 de noviembre de 2007 se crea la vigésima tercera provincia del país, la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

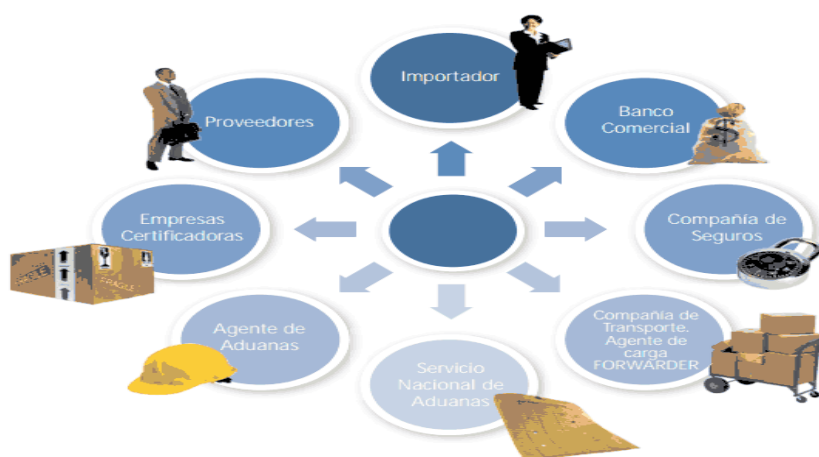
Está ubicada al Noroccidente de la Provincia, una de las zonas con mayor pluviosidad y riqueza hidrológica del país.

Descripción de la propiedad y activos del proyecto

Infraestructura y Obra Civil

El Proyecto no tendrá infraestructura, sino una pequeña oficina en mi Domicilio ya que la recolección del Producto **GINGER LIFE** se realizará en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, mismo que será trasladado hasta la Empresa Empacadora en la Localidad de Chongon en la Provincia del Guayas donde será trabajado hasta ser Embalado hasta que esté listo para la Exportación, ya que el mismo saldrá por el Puerto de Guayaquil con destino a Estados Unidos.

Proceso de Exportación



Fuente. (comunidad.todo.comercioexterior, s.f.)

La Exportación del Jengibre será por Vía Marítima en termino comercial Internacional FOB.

La declaración Aduanera Única de exportación será llenada y presentada en todas las exportaciones, adjuntando los respectivos de soporte y acompañamientos como

1. RUC
2. Factura Comercial
3. Certificado de Origen
4. Registro del Exportador realizado en la Página web
5. Documento de Transporte
6. Seguro.

7. Packing List

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Tabla 6 Activos fijos/Muebles de Oficinas

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
MUEBLES DE OFICINAS				
Escritorio Metal	1	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Silla para secretaria	1	100.00	100.00	300.00
Archivador	1	300.00	300.00	600.00
Subtotal		\$600.00	\$600.00	

Elaborado Hanns Robayo.

Tabla 7 Activos fijos/Equipos de Oficinas

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
EQUPOS DE OFICINA				
Calculadora, Perforadora, Grapadoras, Saca Grapadoras, Tijeras,	1	\$120.00	\$120.00	\$120.00
Subtotal	1	\$120.00	\$120.00	

Elaborado. Hanns Robayo

Tabla 8 Activos fijos/Equipo de Computación

Elaborado Hanns Robayo

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio Acumulado
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Computadora HP	1	\$900.00	\$900.00	\$900.00
Impresora Multiuso LEXMARK	1	300.00	300.00	1200.00
Router Inalámbrico	1	50.00	50.00	1250.00
Subtotal		\$1,250.00	\$1,250.00	

Activos Diferidos

Comprenden los bienes intangibles de amortizaciones a 5 años y son.

Tabla 9 Activos Diferidos

A) GASTOS DE ORGANIZACIÓN		
Descripción	Valor	Valor Acumulado
RUC	0	0
Subtotal	0,00	0,00
B) PATENTES Y LICENCIAS		
Legalización de Registros Sanitarios	\$4,800.00	\$4,800.00
Certificación FDA	3,000.00	7,800.00
Registro Exportación SENA E	150.00	7,950.00
Obtención Token Electrónico (1 año)	60.00	8,010.00
Registro Marca Propiedad Intelectual	2,000.00	10,010.00
Subtotal	\$10,010.00	

C) PROMOCIÓN PRE OPERATIVA		
Diseño y Publicidad/ Pagina Web	\$2,500.00	\$2,500.00
Creación de Logo	\$700.00	\$3,200.00
Subtotal	\$3,200.00	
D) GASTOS DE EXPORTACIÓN		
Agente Aduanero (1 por mes * 12 meses)	\$4.800.00	\$4.800.00
Transporte Terrestre (STO DOMINGO-CHONGÓN) (1 contenedor de 20' por mes * 12 meses)	600.00	5,400.00
Gastos Empacadora	5,000.00	10,400.00
Cajas \$ 0.13 x 1440 que van dentro del contenedor	187.20	10,587.20
Subtotal	\$10,587.20	
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$23,797.20	

Elaborado: Hanns Robayo

El dueño del Proyecto estará a cargo de vigilar, supervisar, y revisar todo el proceso y de la labor que cada parte del proceso de exportación que realice, así como de las negociaciones de cobro y pagos de proveedores. Una secretaria – Asistente Contable que será la encargada de las acciones tipo contable y todas las actividades administrativas.

Tabla 10 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICAL DEL PROYECTO	
INVERSIÓN FIJA	
Descripción	Valor
Muebles de Oficinas	\$600.00
Equipos de Oficinas	120.00
Equipos de Computación	1,250.00
Total Inversión Fija	\$1,970.00

INVERSIÓN DIFERIDA	
Patentes y Licencias	10,010.00
Promoción pre Operativa	3,200.00
Gastos de Exportación	10,587.20
Total, de Activos Diferidos	\$23,979.20
INVERSIÓN CORRIENTE	
Imprevistos	\$5,000.00
Tota de Imprevistos	\$5,000.00
TOTAL, DE INVERSIÓN INICIAL	\$28,979.20

Elaborado por: Hanns Robayo

Cabe destacar que no se ha completado la implementación del capital del trabajo, ya que las ventas proyectadas se las considera al Contado ya que la cobranza de la misma se la ha Negociado como **Pago Anticipado** lo que representa un ingreso que se lo aplicará a la operación del Negocio ya que las ventas se las realizará una vez por mes y así mismo será la rotación.

Financiamiento de la Inversión.

El financiamiento será al 100% a través de un préstamo A BANECUADOR por un valor de \$30,000.00 que se lo realizará a DIEZ años al 15.30 % anual

Tabla 11 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN	
Préstamo:	\$ 30,000.00
Tasa de interés:	15.30 % anual
Plazo:	120 MESES. 10 AÑOS

Periodo	Interés Anual	Principal	Interés Acumulado	Amortización Principal
0				\$30,000
1	4,590.00	3,000.00	4,590.00	27,000.00
2	4,590.00	6,000.00	9,180.00	24,000.00
3	4,590.00	9,000.00	13,770.00	21,000.00
4	4,590.00	12,000.00	18,360.00	18,000.00
5	4,590.00	15,000.00	22,950.00	15,000.00
6	4,590.00	18,000.00	27,540.00	12,000.00
7	4,590.00	21,000.00	32,130.00	9,000.00
8	4,590.00	24,000.00	36,720.00	6,000.00
9	4,590.00	27,000.00	41,310.00	3,000.00
10	4,590.00	30,000.00	45,900.00	0.00

Elaborado por: Hanns Robayo

Presupuesto de Operación

Presupuesto de Gastos

Se considerarán los gastos administrativos y de Ventas sin restricciones debido a que se está iniciando el proceso de exportación y se desconoce valores reales, pero se considerarán valores en los que se incurre en este tipo de negocios, como:

Publicidad y Promoción \$ 2,500.00

Servicios Básicos (electricidad, internet, celulares (2), radio (2) y artículos de papelería y aseo \$230.00

Tabla 12 Gastos de Nómina y Gastos Administrativo y Ventas

<i>Designación</i>	<i>Sueldo</i>	<i>Decimo</i>	<i>Decimo 14to</i>	<i>Aporte Patronal</i>
		<i>13er</i>		

<i>Presidente</i>	\$1,200.00	\$1,200.00	\$425.00	\$133.80
<i>Asistente contable / secretaria</i>	425.00	425.00	425.00	\$47.39
<i>total</i>	1,625.00 x 12 = 19.500.00	\$ 1,625.00: 12= 135.42	\$850.00 :12= 70.83	\$ 181.19x 12 = 2,174.28

\$ 24,149.28 Total Anual

Tabla 13 Depreciación de Activos Fijos

<i>Descripción</i>	<i>Costos</i>	<i>Fecha de Compra</i>	<i>Vida Útil</i>	<i>Depreciación Mensual</i>
<i>Muebles y Equipos de Oficina</i>	\$720.00	En 2022	10 años	6.00
<i>Equipos de Computo</i>	1,250.00	En 2022	3 años	34,72
TOTAL				\$ 40,72

COSTO DE PRODUCCIÓN

Tabla 14 COSTO DE PRODUCCIÓN

	COSTOS	MENSUAL	ANUAL	DIVISIÓN	
Contenedor 20'/cajas 13 kls x 1.440	\$78.00	\$112,320.00	\$1'347.840	MPD	
Cajas	0.13	187.20	2,246.40	MPD	
Gastos Empacadora	3.47	5,000.00	60,000.00	MPD	1'410,086.40
Misceláneos	3.47	5,000.00	60,000.00	GGP	60,000.00

TOTAL			\$1'470,086.40		\$1'470,086.40
--------------	--	--	-----------------------	--	-----------------------

DIVISIÓN DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN		
	MENSUAL	ANUAL
COSTO DE PRODUCCIÓN		
Materia Prima Directa	\$117,507.20	\$1'410,086.40
MOD		
Depreciación	40.72	488.64
Otros Gastos de Producción	5,000.00	60,000.00
Total de Gastos de Producción	\$122,547.92	\$ 1'470,575.04
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y Beneficios Sociales	2,012.44	\$24,149.28
Total de Gastos Administrativos\$	\$ 2,012.44	\$24,149.28
GASTOS DE VENTAS		
Agente Aduanero	\$400.00	\$4,800.00
Transporte Terrestre	\$600.00	\$7,200.00
Total de Gastos de Ventas	1,000.00	\$12,000.00
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 125,560.36	\$1'506,724.32

Presupuesto de Ingresos y Ventas

Para el primer año se estimar vende 20 toneladas mensuales que dan 1,440 cajas de 13 kgs a razón de \$ 98.00 la caja, resultando un ingreso por ventas al mes de \$141,120.00.00 que al año sería de \$ 1,693,440.00

Estimación de Cajas Vendidas	
Meses	Cajas
Enero 2022	1.440
Febrero 2022	1.440
Marzo 2022	1.440
Abril 2022	1.440
Mayo 2022	1.440
Junio 2022	1.440
Julio 2022	1.440
Agosto 2022	1.440
Septiembre 2022	1.440
Octubre 2022	1.440
Noviembre 2022	1.440
Diciembre 2022	1.440
Total	17.280

Presupuesto de Ventas	
Precio por cajas = 13 kgs a \$ 98.00	
Meses	Valor
Enero 2022	\$ 141,120.00
Febrero 2022	141,120.00
Marzo 2022	141,120.00
Abril 2022	141,120.00
Mayo 2022	141,120.00
Junio 2022	141,120.00
Julio 2022	141,120.00
Agosto 2022	141,120.00
Septiembre 2022	141,120.00
Octubre 2022	141,120.00

Noviembre 2022	141,120.00
Diciembre 2022	141,120.00
Total	\$ 1'693,440.00

Análisis de TIR y VAN

Valor Actual Neto (VAN)

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$$VAN = -\$1'444,477.92 + \frac{1'693,440.00}{(1+0.01693)} + \frac{1'693,440.00}{(1+0.01693)^2} + \frac{1'693,440.00}{(1+0.01693)^3} + \frac{1'693,440.00}{(1+0.01693)^4} + \frac{1'693,440.00}{(1+0.01693)^5}$$

$$VAN = -\$1'444,477.92 + \frac{1'693,440.00}{(1.0169)} + \frac{1'693,440.00}{(1.0341)} + \frac{1'693,440.00}{(1.0516)} + \frac{1'693,440.00}{(1.0694)} + \frac{1'693,440.00}{(1.0875)}$$

$$VAN = -\$1'444,477.92 + 1'665,296.49 + 1'637,597.91 + 1'610,346.14 + 1'583,542.17 + 1'557,186.20$$

$$VAN = -\$1'444,477.92 + 8'053,968.91$$

$$VAN = -6'609,490.99$$

El VAN es de \$ **6'609,490.99** con este resultado se concluye que el negocio es rentable y puede ser aceptado por cualquier Institución Financiera para su realización debido a que el VAN es atractivo, considerando que el análisis de este proyecto es a 5 años.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento que iguala en el monto inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, generando un VAN igual a cero.

Fórmula

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n}$$

AÑO	CANTIDAD
INVERSIÓN	\$-1'444,477.92
1	1'693,440.00
2	1'693,440.00
3	1'693,440.00
4	1'693,440.00
5	1'693,440.00
TIR	1.17%

Para calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR), se ha considerado la inversión inicial que es de \$ 1'444,477.92, se ha proyectado los ingresos anuales de los cinco años en función del precio, el cálculo TIR nos da 1,17% es decir que el proyecto Rentable.

CONCLUSIONES

Los Resultados de la investigación de este proyecto han sido favorables, ya que, mediante nuestras técnicas de recopilación, los estudios técnicos y cálculos respectivos es muy favorable los resultados para poner en marcha el Estudio, y así generar mejoras en el Sector Productivo de la Zona de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Se definió el análisis de exportación, convenios, restricción y distribución de jengibre en el mercado de EEUU, mismos que constan del conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga, Certificado de Origen, Factura Comercial, Permisos de Exportación, Certificados de Inspección y la Lista de Empaque que eventualmente es requerida como suplementos de la factura comercial

El Estudio adaptado consta de puntos referentes al Análisis del Entorno, donde se identifican 3 potenciales Importadores de Jengibre Fresco en el área seleccionada, donde se presenta el producto adaptado según las leyes estadounidense para su exportación.

Se determina que el Producto posee una capacidad exportable aceptable en relación a la demanda del Mercado de Queens, estimándose mediante el volumen de importaciones realizadas por 3 potenciales importadores bajo la partida Arancelaria 09.10.10.

RECOMENDACIONES

Se recomienda socializar y poner en práctica el análisis de exportación de Jengibre, Provincia de Santo Domingo, en vista de que se ofrece toda la información del producto que será colocado en el mercado internacional.

Se debe capacitar a los productores sobre el proceso y capacidad de oferta del jengibre, puesto que tiene muy alta potencialidad para competir con mercados internacionales.

Se recomienda que la negociación entre importador y exportador sea en términos establecidos según el análisis de exportación referente al Incoterm y los precios especialmente. Cabe recalcar que, en caso de aumentar el volumen de ventas sobre el pronosticado, se debe evaluar la capacidad de distribución requerida para cumplir con la orden.

Se debe Capacitar a los Productores sobre Procesos de Exportaciones para así mejorar la Exportación y generar más Mercados internacionales y aumentar la Producción.

Al iniciar la Negociación de los Importadores potenciales cerrar el Acuerdo bajo el Incoterm FOB, siendo favorable para la exportación, y deberán evaluarse nuevamente los costos y gastos involucrados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aghón, G. (2001). *Análisis comparativo*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2693/S2001704_es.pdf
- Asamblea Nacional. (2008). *www.defensa.gob.ec*. doi:<https://www.defensa.gob.ec/>
- BLOGSPOT*. (2021). Obtenido de http://cargaperecibletransporteinternacional.blogspot.com/p/blog-page_53.html
- Bozquez, D. P. (julio de 2018). *www.proecuador.com*. doi:<https://www.proecuador.gob.ec/>
- carlos. (s.f.). *www.ecuared.cu*. doi:<https://www.ecured.cu/>
- CCQ, D. E. (01 de Marzo de 2021). *Criterios Digital*. Obtenido de <https://criteriosdigital.com/datos/deptoeconomicoycomercio/la-exportacion-de-jengibre-en-ecuador-se-disparo-por-el-covid-19/comunidad.todo.comercioexterior>. (s.f.). doi:<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/>
- COPCI. (2020). *SENAE*. doi:<https://www.aduana.gob.ec/>
- Corvo, H. S. (2019). *www.lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/factibilidad/>
- Del Moral, M. Y. (2020). *www.ejemplode.com*. Obtenido de ejemplode.com
- Diariodelexportador.com*. (2021). Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2021/03/los-canales-de-distribucion>
- FEDEXPOR. (16 de AGOSTO de 2021). doi:<https://www.fedexpor.com/>
- Galán, J. S. (29 de Junio de 2015). *Economipedia.com*. Obtenido de [economipedia.com](https://economipedia.com/definiciones/ventaja-absoluta.html): <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-absoluta.html>
- Herrero, A. (22 de marzo de 2018). *www.titular.com*. Obtenido de www.titular.com: <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>
- Ministerio de Agricultura*. (8 de julio de 2016). doi:<https://patrimonioalimentario>.
- Modelo de Heckscher-Ohlin. (2019). *Ceupe Magazine*.
- perez, s. (2022). *www.ceupe.mx*. doi:<https://ceupe.mx/>
- Proecuador.gob.ec*. (marzo de 2020). Obtenido de Proecuador.gob.ec: <https://www.proecuador.gob.ec/infraestructura-logistica/>

Quiroa, M. (2020). Estudio de Factibilidad . *Economipedia.com*.

RODRIGUEZ. (2022). *www.plantasparacurar.com*.
doi:<https://www.plantasparacurar.com/>

SERIE AGRONEGOCIOS. (2009). Obtenido de
<http://repiica.iica.int/DOCS/B0556E/B0556E.PDF>

SICE.OAS.ORG. (s.f.). doi:<http://www.sice.oas.org/>

tendenciasdelmarketing.weebly.com. (s.f.). Obtenido de
[tendenciasdelmarketing.weebly.com:](http://tendenciasdelmarketing.weebly.com/)
<http://tendenciasdelmarketing.weebly.com/jerome-mccarthy.html>

Westreicher, G. (19 de Mayo de 2020). *Método deductivo*. *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

www.5fuerzasdeporter.com. (s.f.).

www.bce.fin.ec . (2020). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/infraestructura-logistica/>

www.planificacion.gob.ec. (2021). doi:<https://www.planificacion.gob.ec/>

ANEXOS

Ficha de observación aplicada al productor.

TABLA 3. Ficha de observación

Aspectos	Valoración de la condición											
	Condición		Bajo			Medio			Alto		Muy alto	
	Sí	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Área de almacenamiento equipada	X											X
Maquinarias modernas	X											X
Buenas prácticas de producción	X											X
Infraestructura adecuada de la planta	x											X
Niveles de producción suficientes para cubrir la demanda potencial	X											X
Cumplimiento de normas sanitarias	X											X
Manipulación adecuada del producto para su almacenamiento	X											X

ELABORADO POR: Hanns Robayo

En la visita realizada al productor se pudo observar que la zona de producción se encuentra equipada, manteniendo cuatro maquinarias que permiten el procesamiento del jengibre para su comercialización, además de aquellas máquinas empleadas para el llenado de las bolsitas. Se acota que el personal cuenta con los equipos y protección necesaria para llevar a cabo su actividad.

El área de trabajo se considera adecuada, ya que existe una evaluación diaria de las instalaciones para evitar problemas con la producción, reduciendo al mínimo los riesgos. Cuenta con los permisos de funcionamiento y la notificación sanitaria para su producto se encuentra en trámite, esperando obtenerla al final del año 2022, cumpliendo además con normas higiénicas en los procesos de fabricación, manipulación y almacenamiento.

Encuesta a importador de jengibre

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO TECNOLOGIA EN COMERCIO EXTERIOR.

Diseñada para el trabajo de titulación “Estudio de Factibilidad de la Exportación del Jengibre Fresco Dirigido al Sector Productivo de la Ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas para el Mercado Estadounidense.

Objetivo de la encuesta: Determinar los niveles de demanda en el distrito de Queens, además de identificarse los parámetros para la negociación del producto e ingreso al mercado meta.

1. ¿Cómo evalúa las condiciones del mercado de Queens para la comercialización de jengibre?

Muy buena	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>

2. ¿Quiénes son sus principales clientes en el mercado?

Mayoristas	<input type="checkbox"/>	Minoristas	<input checked="" type="checkbox"/>
Directo al consumidor	<input type="checkbox"/>		

3. ¿De qué países provienen los proveedores que usted maneja?

Canadá	<input checked="" type="checkbox"/>
Japón	<input type="checkbox"/>
Alemania	<input type="checkbox"/>
Colombia	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>
Perú	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input checked="" type="checkbox"/>

4. ¿Posee experiencia importando productos desde Ecuador?

Sí

No

5. De responder “Sí” en la pregunta 4, evalúe a continuación su experiencia:

Muy buena

 Regular

Buena

 Mala

6. ¿Qué volumen de importaciones realiza con respecto al año del jengibre?

1 – 40 tons.

81 – 120 tons.

41 - 80 tons.

Más de 120 tons.

7. ¿Cuántas importaciones de jengibre realiza en promedio al año?

1 – 3

 6 – 8

3 – 5

 Más de 8

8. Conociendo que el jengibre es una raíz con amplios aportes medicinales como relajantes, reductor de colesterol, favorece la digestión, las vías respiratorias, entretros beneficios ¿Cree que su consumo como tubérculo resultaría atractivo en el mercado?

Si

No

9. ¿Según su opinión qué niveles de aceptación tendrá el jengibre en el mercado?

Muy alta

X	Media
	Baja

Alta

10. ¿Estaría usted dispuesto a importar el jengibre desde Ecuador ?

Muy probable

X	Poco probable

--

Probable