UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: "Micro exportación como alternativa para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial"

Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Urjilez Morán Kimberley Elvira

TUTOR: Mera Rodríguez Willington Gerardo, MSc.

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Urjilez Morán Kimberley Elvira con el número de cédula 092554179-9 ha elaborado el trabajo de titulación: “Micro exportación como alternativa para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ
Firmado digitalmente por WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ
Fecha: 2021.04.20 15:20:09 -05'00'

Mera Rodríguez Willington Gerardo, MSc
TUTOR

BLANCA LILIANA MONTENEGRO OBANDO

Montenegro Obando Blanca Liliana, MSc
LECTORA

Tulcán, abril de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en la Carrera de comercio exterior y negociación comercial internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Urjilez Morán Kimberley Elvira con cédula de identidad número 092554179-9 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Urjilez Morán Kimberley Elvira
AUTORA

Tulcán, abril de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Urjilez Morán Kimberley Elvira declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Micro exportación como alternativa para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Urjilez Morán Kimberley Elvira
AUTORA

Tulcán, abril de 2021

AGRADECIMIENTO

A mi querida Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser la academia que me abrió sus puertas y me brindó la oportunidad de forjarme académicamente, expandir mis conocimientos y retar mi mente para convertirme en una buena profesional.

Al Msc. Gerardo Mera, mi tutor de tesis, cuya guía y apoyo han sido indispensables durante mi formación y trabajo de titulación, gracias por sus conocimientos, paciencia y tiempo. De igual manera agradecer a la Msc. Liliana Montenegro, mi lectora, quien ha tenido toda la predisposición y de manera objetiva ha sabido guiar mis últimos pasos para la culminación de esta investigación.

Al Msc. Edison Caza y Msc. Beatriz Realpe quienes recordaré con gran cariño por sus valiosos aportes durante mi formación académica.

DEDICATORIA

Con mucho cariño a mi familia. A mi amado padre Erik Urjilez a quien siempre consideraré como mi mejor mentor, quien es para mí el mayor ejemplo de tenacidad, constancia y sabiduría, un hombre al que le debo su guía y constante ejemplo; a mi hermosa madre Isabel Morán, quien es en definitiva mi modelo integral de mujer, ejemplo de superación, carácter y entusiasmo. Este trabajo va para ustedes quienes siempre han estado al pendiente de mí, apoyándome y motivándome a la distancia.

A mis hermanos Hypatia y Erick, quienes son mi motivación de seguir creciendo, han sido para mí un gran apoyo y aliciente emocional, siempre estamos juntos, aunque nos separe la distancia, el cariño que nos tenemos supera las barreras físicas que nos separan.

Y a todo aquel que encuentre en mi investigación información que le sirva para seguir generando contenido que apoye al crecimiento de nuestro país.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación determina alternativas de exportación hacia el mercado estadounidense para la empresa "*Agroindustrias Carchi*", una pequeña empresa ubicada en Bolívar y que cuenta con tres líneas de producción: frutas y verduras deshidratadas, frutas semi deshidratadas dulces y frituras. La empresa tiene 20 años de experiencia en el mercado nacional, sin embargo, todavía no ha logrado exportar de manera directa. Una posibilidad contemplada, respaldada y factible de acuerdo al estudio realizado. Se establece la posibilidad de incursionar en el mercado estadounidense pues es el mayor consumidor a nivel mundial de frutos deshidratados, y conjuntamente con Canadá, China y Europa impulsan una tasa compuesta de crecimiento del 2,8% anual para este segmento. Estados Unidos muestra mayor atracción hacia los frutos deshidratados tropicales: mango, banano, piña y uvilla. Se determina al estado de Florida como el más propicio para las primeras exportaciones, debido a sus datos macroeconómicos favorables. La herramienta de micro exportación será útil al inicio de las negociaciones para el envío de muestras sin valor comercial ya que debido al potencial exportador de la empresa que es de 10000 Kg mensuales se proyecta la exportación de un contenedor completo, con ello se lograría cubrir el 0.167% de la proyección de demanda estadounidense para los frutos deshidratados. *Agroindustrias Carchi* requerirá adquirir un préstamo por $430000 lo que permitirá una adecuación en las instalaciones para obtener la certificación BPM y además cubrirá el primer trimestre de sus operaciones. Con el análisis financiero se determinó la viabilidad del proyecto que incluso con una tasa ajustada al riesgo tendría una rentabilidad de 32 ctvs. por cada dólar de inversión.

Palabras Clave: Exportación, herramienta de micro exportación, Estados Unidos, frutos deshidratados, agroindustria, competitividad.

ABSTRACT

The present investigation determines the exportation alternatives at the US market for *"Agroindustrias Carchi";* a small company located in Bolívar which has three different production lines: dehydrated fruits and vegetables, partial dehydrated sweetened fruits and snacks. The company has 20 years of experience in the national market; however, the company has not yet managed to export directly. This is a possibility contemplated, supported and achievable according to the study carried out. The possibility of getting into the US market is established as it is the world's largest consumer of dehydrated fruits, and with Canada, China, and Europe, they together drive a compound growth rate of 2.8% per year for this segment. The United States shows greater attraction towards tropical dried fruits: mango, banana, pineapple and golden berries. The state of Florida was determined as the most auspicious for first exports, due to its favorable macroeconomic data. Small export tools will be useful at the beginning of negotiations for the shipment of samples without commercial value, this due to the exporting potential of the company which is 10000 Kg. per month and the export of full container is projected, with this it would be possible to cover 0.167% of the projection of US demand for dehydrated fruits. *Agroindustrias Carchi* will need to acquire a loan for $ 430000, which will allow an adaptation of the facilities to obtain the BPM certification and will also cover the first quarter of its operations. With the financial analysis, the viability of the project was determined, which even with a risk-adjusted rate would have a profitability of 32 cents. for every dollar of investment.

Keywords: Export, small export tool, United States, dehydrated fruits, Agro-industry, competitiveness

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos y está enfocado en el análisis de la micro exportación como alternativa para la empresa "Agroindustrias Carchi" hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial.

En el capítulo I se despliega la problemática existente a nivel nacional, de provincia y como empresa con respecto a la actividad comercial internacional; se enfatiza la problemática existente dentro del sector agroindustrial y de las empresas pertenecientes a la economía popular y solidaria. En la justificación se respalda la importancia de la investigación y cuáles son sus principales beneficiarios; en este apartado se encuentra el objetivo principal y los específicos que guiarán la investigación y permitirán encontrar la solución a la problemática identificada.

En el capítulo II se establecen los antecedentes bibliográficos relacionados con la investigación y que aportan información de estudios previos que sustentan su importancia; además a modo de ensayo se despliega la fundamentación teórico, legal y conceptual basada en las dos variables investigativas; como variable independiente la micro exportación y como independiente la competitividad en el sector agroindustrial.

El capítulo III es el más extenso de la investigación pues se encuentra detallada la metodología, misma que se empleará para dar solución a los objetivos planteados, se encuentra un dinámico análisis estadístico, un estudio técnico en el cual se identifica la demanda insatisfecha y la logística internacional, así también se desarrolla un estudio financiero en donde se analiza la factibilidad y retribución que generaría la internacionalización.

En el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos de la ficha de observación y entrevistas realizados a lo largo de la investigación para obtener información verídica y real. Además, se da a conocer como se ha logrado la consecución de objetivos específicos. Finalmente, en el **capítulo V** se da a conocer cuáles han sido las soluciones a los objetivos y problemas planteados como también las sugerencias para la empresa y demás actores dentro de la investigación.

I. PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización ha marcado tendencias en el entorno económico internacional, ha trasgredido los tradicionalismos comerciales, dando surgimiento a bloques económicos y economías emergentes tanto en Asia como en América Latina, y que a su vez configuran un ambiente más competitivo que pone en desventaja a países en vías de desarrollo.

En Ecuador a partir del 2014 como consecuencia de una diversificación productiva escasa, la situación macroeconómica del país se revirtió rápidamente, la caída de los precios internacionales del barril de crudo y la apreciación del dólar frente a las divisas de los socios comerciales y competidores internacionales, conllevó a una desaceleración económica y disminución de la competitividad en las exportaciones no petroleras del país (Comisión Económica para América Latina y El Caribe [CEPAL], 2016, p.14).

Dado el reconocimiento de una economía estrechamente dependiente de las exportaciones de crudo de petróleo, en 2013 el gobierno planteó como eje fundamental en su plan de desarrollo nacional hasta el 2017 la transformación de la matriz productiva. En aquel lapso incrementó el número de empresas registradas en el SRI, de las cuáles para el 2017 el 90.78% estaba representado por las microempresas, como mipymes representaron un 99,54% del total de empresas constituidas, y apenas el 0,46% lo constituyen las grandes empresas; sin embargo, al analizar la participación en ventas, el 72,94% de ingresos al país provienen de esa ínfima porción de grandes empresas establecidas.} (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo [INEC], 2018, p.19).

El comercio se perfila como la mayor actividad económica del país, su representatividad es del 36,13%, y son las exportaciones las que permiten un dinamismo económico nacional, pero esta actividad es considerada compleja por el sector de la economía popular y solidaria (mipymes) las cuales suponen que penetrar en mercados internacionales implica elevados costes fijos irrecuperables, así como una producción elevada y a gran escala.

El camino para la internacionalización de una mipyme está lleno de desafíos; el desconocimiento generalizado sobre los procedimientos de exportación y las alternativas existentes para conquistar nichos de mercado latente a una pequeña escala, es la principal contrariedad de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas que desean proyectarse a mercados foráneos.

A pesar de ser una realidad generalizada en el país, las mipymes de las zonas fronterizas por el fenómeno económico de dualidad centro-periferia han sido las más afectadas. En la Zona de Integración Fronteriza del lado ecuatoriano surgieron varios emprendimientos productivos como consecuencia de la depresión económica, sin embargo, por temor a las inclemencias del mercado internacional, el desconocimiento de procedimientos de exportación, la inexperiencia en localización de nichos de mercado y el desconocimiento de implicaciones técnicas y legales de los mercados, ha provocado timidez comercial por parte de las economías populares y solidarias quienes desde hace ya una década se ha convertido en un motor importante de la economía ecuatoriana.

En la provincia del Carchi existen algunas mipymes dedicadas a la agro industrialización y a pesar de ser una provincia poco competitiva en la producción y comercialización agrícola por sus condiciones climatológicas, puede emplear la deshidratación como método de aprovechamiento de rechazo exportable. Esta ha sido la visión de la empresa “Agroindustrias Carchi” que desde el 2012 produce y comercializa frutas deshidratadas, siendo la principal la uvilla pasa, fresa, orito, piña y otras como materia prima para productores de granola y chocolatadas. Sin embargo y a pesar de las oportunidades de exportación en pequeñas cantidades por el sistema gubernamental exporta fácil, la empresa se ha dedicado de manera exclusiva a la comercialización nacional del producto cuya demanda es cada vez más creciente por la tendencia de consumo en el mercado estadounidense. Esto ha provocado una pérdida significativa de posibles ingresos y un indudable aporte hacia la competitividad del sector agroindustrial de la provincia.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo aporta la alternativa de Micro exportación para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense en la competitividad del sector agroindustrial?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Como estudiante de la carrera de Comercio Exterior de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, una institución creada para dar soluciones a las problemáticas que se suscitan en la frontera norte del país, es un deber ético y social el desarrollar investigaciones que aporten al desarrollo comercial y económico de la ciudad; así esta investigación está encaminada a reconocer una problemática recurrente en la Zona de Integración Fronteriza Norte del país como es la escasa exportación de productores agroindustriales de la economía popular y solidaria (mipymes) y proponer una alternativa comercial que coadyuve a la prosperidad de este actor económico.

De acuerdo a publicaciones de la CEPAL (2016), en el Ecuador el sector primario (agricultura, pesca y minería) tiene una participación importante dentro de la estructura productiva del país; el sector primario representa el 19,6% del PIB, porcentaje que supera ampliamente al de otros países en América Latina y el Caribe en donde la representación promedio es del 12,8% y en Estados Unidos esta es de apenas el 2,7% en el PIB. (p.20)

La Cámara de Industrias y Producción, en su resumen ejecutivo, plantea "la necesidad de que el país debe incrementar sus exportaciones no petroleras para equilibrar de una manera adecuada la balanza comercial, por lo que (…) se deben fomentar inversiones para el sector exportador y agroindustrial, concretar acuerdos comerciales con socios estratégicos" (Cámara de Industrias y Producción [CIP], 2015, p.10).

La pertinencia de la investigación tiene una base sólida, pues se apoya en el segundo eje fundamental del Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021, "Economía al servicio de la sociedad", y a su vez se conecta con los objetivos 5 y 6, mismos que buscan impulsar la competitividad y productividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria, y desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir rural, respectivamente.

En general este plan de investigación beneficia de manera indirecta a todo el país, pues con esta alternativa comercial internacional para Agroindustrias Carchi podría ser replicado por otras mipymes del sector y en su conjunto aportar al cumplimiento de ciertas metas propuestas dentro del Plan Nacional, como es el disminuir el índice de concentración de exportaciones no petroleras por producto de 0,1252 a 0,0799 a 2021; aumentar el valor de las exportaciones no tradicionales de US$ 295 a US$ 375 per cápita a 2021 y particularmente a incrementar el acceso

de la Economía Popular y Solidaria a mercados locales e internacionales a 2021. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2017, p.83)

Presentando una alternativa simplificada de exportación que implica un riesgo e inversión menor, se logrará beneficiar indirectamente a todas las mipymes en Carchi, y de manera particular y directa a la pequeña empresa "Agroindustrias Carchi", misma que ya no sólo tendrá acceso a diversidad de mercados foráneos, sino también la capacidad de solventar la demanda de dichos mercados, apuntando a uno de los mejores destinos de la producción ecuatoriana, el mercado estadounidense, mismo que es considerado como uno de los mejores compradores extranjeros que para muchas mipymes nacionales fue su primera incursión y experiencia exportadora.

Estados Unidos es una oportunidad de internacionalización ya considerada por Agroindustrias Carchi debido a facilidades de distribución ya pactadas por la empresa con socios localizados en el país, además a pesar de no contar con un acuerdo con beneficios tan amplios como con la Unión Europea, Estados Unidos supone una menor inversión debido a que para la aceptación de los productos estos no deben cumplir el requisito mandatorio europeo que es la obtención de certificaciones orgánicas.

Mediante la puesta en marcha de micro exportaciones dentro del marco de la legalidad y tecnicismos solicitados por el socio comercial norteamericano, se podrá generar mayores ingresos para la empresa, lo que conllevará a mayores plazas de trabajo que permitirán sustentar más familias dentro de la provincia; del mismo modo con mayor fluctuación económica positiva en la zona se estaría fomentando a un mayor consumo dentro de otros negocios, con esta alternativa se podrán crear lazos comerciales e incrementar oferta exportable y volúmenes productivos que en conjunto demandarán profesionales expertos en comercio exterior, negociaciones comerciales, logística e inclusive alimentos.

Una mayor productividad en los sectores transables incrementa también la competitividad del país, pues disminuye el costo unitario de las exportaciones, lo que hace más atractivos los productos ecuatorianos a nivel internacional. Esto genera un efecto dominó positivo pues contribuye a la atracción de inversiones debido a las crecientes potencialidades de los sectores exportadores.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Analizar la alternativa de micro exportación para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y determinar el aporte de sus exportaciones en la competitividad del sector agroindustrial.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las alternativas de micro exportación existentes en Ecuador, así como los factores de competitividad que debe tener el sector agroindustrial para ingresar al mercado estadounidense.
- Identificar las implicaciones técnicas y legales para el ingreso de frutos deshidratados hacia el mercado estadounidense por medio de la micro exportación.
- Determinar los costos de exportación y la inversión que requerirá la empresa para la internacionalización de frutos deshidratados.

1.4.3 Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las reglamentaciones y parámetros establecidos poder realizar una micro exportación?
- ¿Cómo la micro exportación puede ser una alternativa de comercialización internacional para “Agroindustrias Carchi”?
- ¿Qué entidades se encuentran relacionadas dentro del proceso de micro exportación y qué requisitos deberían cumplir las mipymes?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos del mercado estadounidense ante una micro exportación de tipo agroindustrial?
- ¿Cuál es la importancia de la economía popular y solidaria en la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la oferta exportable de frutos deshidratados de “Agroindustrias Carchi”?
- ¿Cuál es el mercado objetivo para la micro exportación de frutos deshidratados?
- ¿Qué porcentaje de la demanda insatisfecha estadounidense en frutos deshidratados se puede satisfacer por medio de la micro exportación?
- ¿En qué medida influenciarán las exportaciones de Agroindustrias Carchi en el sector?
- ¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad del sector agroindustrial de la provincia?
- ¿Cuál es el índice de competitividad de la provincia del Carchi en el sector agroindustrial?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tabla 1. *Antecedente investigativo 1*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
1	Moreno-Miranda, C., Moreno-Miranda, R., Pilamala-Rosales, A. A., Molina, J. I., CerdaMejía L. (2019)	El sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la uvilla	**Artículo científico**	**TEORÍA:** El artículo tiene sus bases en dos teorías de comercio, el de la ventaja comparativa, afirmando que los países latinoamericanos presentan ventaja comparativa dentro del sector agropecuario; y por otro lado la teoría de la ventaja competitiva, afirmando que los esfuerzos deben consolidarse por medio de la incorporación de tecnología y sistemas de gestión eficiente en los procesos productivos. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Se aplicó una metodología sistémica que buscó detectar los principales flujos de recursos a lo largo de la red productiva bajo estudio (provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo); así como, analizar las características socio-productivas más relevantes de cada etapa de la red, identificar tendencias sociales, productivas y vinculatorias entre los diferentes agentes. Para ello se recurrió a la entrevista como instrumento de recolección de datos primarios. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** En el artículo se destaca a la provincia del Carchi por haber incrementado en un 10% el cultivo de uvilla durante los últimos 5 años. En el estudio se resalta que la producción de uvilla para la exportación no se limita al fruto fresco sino que también se canaliza hacia la transformación en mermeladas, conservas y deshidratados. Los autores concluyen que las pequeñas empresas son mayormente quienes participan en las actividades de valor agregado.

Fuente: Moreno Miranda, Et al. 2019

Tabla 2: *Antecedente investigativo 2*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
2	Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2018)	Convenio de Cooperación CEPAL-República de Corea 2016, "Promoción de la Innovación exportadora, instrumento de apoyo a las mipymes"	**Publicación**	**TEORÍA:** La publicación se basa en el teorema Greenwald - Stiglitz (1986), que demuestra que cuando los mercados son incompletos o la información es imperfecta, el comportamiento de los agentes genera externalidades que no son consideradas en su accionar. Con mercados incompletos hace alusión a la falta de normativa adecuada, reducidas modalidades de financiamiento y escaso desarrollo de mercados cooperantes. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Se plantean cuatro diferentes metodologías para evaluar los Organismos de Promoción de Exportaciones (OPE): - Análisis económico comparativo de un conjunto de países. - Análisis de marco lógico, cumplimiento de objetivos y metas institucionales. - Análisis de entrevistas y encuestas a los usuarios. - Análisis de impacto con instrumental econométrico (técnicas experimentales y cuasi experimentales) **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** Menciona a Ecuador como el cuarto país dentro de la región con mayor red comercial en el exterior, también se hace mención a la herramienta "Exporta fácil" y como ésta logró reducir de 15 a 3 los pasos necesarios para exportar. En el aspecto competitivo de acuerdo a datos actualizados al 2017 del World Economic Forum, se visualiza que Ecuador ocupa el doceavo lugar dentro de la región con respecto al ranking global de competitividad. Mas sin embargo es superado por sus países vecinos, Perú y Colombia, mismos que ocupan el puesto 6 y 5 respectivamente.

Fuente: CEPAL, (2018)

Tabla 3: *Antecedente investigativo 3*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
3	Ana García, Elizabeth Malagón y Javier García (2018)	"Modelos de negocios en pymes agroindustriales: desafíos en el siglo XXI".	**Artículo científico de la Universidad Santo Tomás de Colombia**	**TEORÍA:** El base del artículo se encuentra en la Nueva Teoría de Comercio, la cual postula que los agentes económicos pueden crear ventajas comparativas como mejorar los procesos de gestión y producción de las empresas, organización de trabajo, propender a la disminución de costos, inventarios, tiempos y al aumento de los estándares de calidad entre otros factores que logren incrementar la productividad. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Se siguió una metodología explorato-ria-descriptiva, localizando documentos bibliográficos de bases de datos, revistas suscritas y fuentes documentales. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** La referencia colombiana involucra a las pymes agroindustriales y cómo esto afecta a la competitividad; trata el tema competitivo desde un punto de vista empresarial, en el que asevera que las Pymes Agro industriales entran a competir en mercados globales y su éxito estará definido por su planeación estrategia, estructura de posicionamiento de sus productos y/o servicios, condicionados por las amenazas y oportunidades del entorno en el que se desenvuelven y por las fuerzas y debilidades de su propia estructura empresarial.

Fuente: García M, Malagón Sáenz, & García Mogollón (2018)

Tabla 4: *Antecedente investigativo 4*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
4	Jennifer Johana Sánchez E. (2017)	"El mecanismo de exporta fácil: una evaluación de nuevas tendencias e incentivos para las mipymes. Periodo 2012-2016"	**Tesis de tercer nivel de la Universidad de Guayaquil**	**TEORÍA:** El estudio se basa en los preceptos de Adam Smith (1776) que hizo referencia a la ventaja absoluta que tiene una nación al exportar aquello en el que tenga mayor ventaja y a un costo menor, es decir producción eficiente. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Se aplicó el método deductivo descriptivo, exploratorio no experimental. Empleando análisis de cifras de exportaciones de productos no tradicionales de la base de datos del Banco Central del Ecuador durante el periodo 2012-2016 para el sector de las Mipymes. Se hizo uso de encuestas y entrevistas a expertos. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** En su trabajo realiza un análisis de los incentivos a las mipymes que catapultarían las exportaciones y que llevarían con esta actividad a saldo positivo en la Balanza Comercial de los productos no tradicionales. La autora recomienda el desarrollo de un plan mediático que fomente las exportaciones del sector. La autora resalta como logro determinar 4 categorías de mayor incidencia en la exportación de productos no tradicionales, los cuales son: flores naturales, productos mineros, madera y frutos; de estas clasificaciones únicamente los frutos han presentado un crecimiento sostenido, y destaca, que los productos tradicionales primarios tienen mayor impacto que aquellos industrializados.

Fuente: Sánchez, J. (2017)

Tabla 5: *Antecedente investigativo 5*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
5	Pereira, M &Souza, L (2016)	"The application of competitive intelligence in export markets selection: A comparative analysis of four methods"	**Artículo científico de la Revista Eletrônica de Negócios Internacionais.**	**TEORÍA:** El enfoque económico para la internacionalización de la empresa se compone de algunas teorías que se centran en decisiones respaldadas por datos e información como el paradigma ecléctico, teoría del ciclo de vida del producto y la teoría del poder de mercado. El estudio se basa en el enfoque conductual, pilar de la escuela de Uppsala, desarrollado por Johanson y Vahlne. El supuesto central es que la internacionalización se produce de forma gradual y de manera incremental como resultado de un crecimiento de la organización y la saturación interna del mercado. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Se siguió una metodología analítica descriptiva, identificando dimensiones dentro del proceso de selección de mercado. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** Se identificaron cuatro dimensiones estratégicas para el desarrollo de la selección de mercado para la exportación: distancia psíquica, análisis sectorial, pasos de selección e indicadores. Se identificaron las similitudes y diferencias entre estos métodos a partir del análisis de estas dimensiones. El estudio se relaciona con la investigación pues indica que la inteligencia competitiva para la selección de mercados de exportación guarda relación la atención prestada a la distancia psíquica y la importancia del análisis sectorial. Además, indica que del análisis de estos métodos y otros podría implicar en métodos simplificados de aplicación para las empresas exportadoras.

Fuente: Pereira Nunes & de Souza Lequain (2016)

Tabla 6: *Antecedente investigativo 6*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
6	Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2016)	"Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social"	**Publicación**	**TEORÍA:** El estudio se basa en los conceptos de eficiencia keynesiana y schumpeteriana. La primera está asociada a la posibilidad de ingresar en mercados que se encuentren en procesos de rápida expansión. La segunda, en cambio, hace referencia a la capacidad de inducir aumentos sostenidos de la productividad, generar encadenamientos productivos y conseguir niveles elevados de aprendizaje, de innovación y de difusión de las innovaciones en la propia estructura productiva. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Para el análisis de la competitividad de las exportaciones del Ecuador se utilizó una metodología que considera un análisis de los mercados de destino de las exportaciones y una perspectiva de posicionamiento y eficiencia. El análisis considera cuatro categorías: estrellas nacientes, oportunidades perdidas, estrellas menguantes y productos en retirada. La investigación obtuvo su información de la base de datos del Banco Central del Ecuador y la base de TradeCAN. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** En la publicación se le dedica un capítulo a la agroindustria debido a su consideración como un área estratégica para impulsar la transformación productiva y la inclusión social. Este antecedente es de relevancia debido a que manifiesta que el sector agroindustrial cuenta con la productividad más alta desde 2007 sobre otro tipo de manufacturas y que puede aportar al país tanto en términos de empleo e inclusión social, como de exportaciones. Los sectores dedicados a la exportación aportan más a la producción y al valor agregado que aquellos destinados al consumo interno.

Fuente: CEPAL, (2016)

Tabla 7: *Antecedente investigativo 7*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
7	De La Hoz, Efraín, González, Ángel L, & Santana, Alfredo. (2016).	Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales	**Artículo científico revista La Serena- Chile**	**TEORÍA:** La investigación se basa en la teoría de la Ventaja competitiva ya que en la actualidad los mercados son cada vez más cambiantes y competitivos, siendo necesario los procesos de medición de indicadores para evaluar la eficiencia de la empresa. Es importante que las empresas midan y evalúen los factores clave que potencializan sus condiciones para competir con probabilidades de éxito en los mercados internacionales. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Por medio de estadística descriptiva se valoraron los indicadores de competitividad en 25 empresas mexicanas; para ello se utilizó la técnica SEM de Partial Least Squares (PLS) o mínimos cuadrados parciales. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** A partir de las variables (calidad, precio, capacitación, tecnología y canales de distribución) se desarrolló una clasificación estructurada de factores e índices y se aplicó una encuesta a los directivos de 25 empresas exportadoras del estado de Michoacán. La conclusión del artículo se relaciona con la finalidad del presente estudio de investigación, pues los resultados finales mostraron que la variable tecnología tiene el mayor impacto sobre los índices de competitividad, lo que implica que las empresas exportadoras deben poner especial atención en esta variable.

Fuente: De la Hoz, González, & Santana (2016)

Tabla 8: *Antecedente investigativo 8*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
8	Joel Valencia, América Zamora y Carlos Ortiz (2015)	"Variables e Índices de Competitividad de las Empresas Exportadoras, utilizando el PLS"	**Artículo científico mexicano de la revista Cimexus**	**TEORÍA:** La investigación documental de este artículo se centró en el conocimiento de las principales teorías sobre el Comercio Internacional y Competitividad así como la situación del mercado de las empresas exportadoras de aguacate a los Estados Unidos de América. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** La presente investigación se desarrolló bajo dos enfoques, un enfoque experimental dado que contempla la validación y aplicación de un instrumento de medición y el análisis de resultados en empresas de un sector empresarial, y un enfoque racional a partir de un proceso de análisis y construcción de conocimiento soportado en argumentos teóricos y experimentales. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** La investigación desarrolló un instrumeto de medición de factores claves para determinar el potencial exportador de las empresas bajo el análisis de 5 dimensiones: financiero, mercado, aprendizaje y conocimiento, clientes y procesos internos. Cada dimensión a su vez cuenta con factores que deben ser medidos de acuerdo al cumplimiento de su objetivo.

Fuente: Valencia Bonales, Torres Zamora, & Paniagua Ortiz (2015)

Tabla 9: *Antecedente investigativo 9*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
9	Kunday Özlem and Piúkinsüt Ece (2015)	"A Study On Factors Affecting the Internationalization Process of Small and Medium Enterprises (SMEs)"	**Artículo científico del World Conference on Techology, Innovation and Entrepreneurship, Procedia - Social and Behavioral Sciences**	**TEORÍA:** Este artículo hace mención a la teoría de la internacionalización tradicional, misma que se basa en la idea de internacionalización gradual; es decir, una empresa primero comienza a vender en su propio país hasta que aumenta sus ganancias y participación de mercado, luego pasa a la siguiente etapa que es la exportación indirecta, y finalmente la internacionalización global con exportación directa.Una de las teorías tradicionales pioneras y ampliamente reconocidas, el modelo de Uppsala, fue creada por Johansson y Valhne en 1977. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** El estudio plantea tres hipótesis probatorias: - Existe una relación entre la innovación y la orientación exportadora. - Existe una relación entre las habilidades comerciales y la orientación exportadora. - Existe una relación entre motivo para poner en marcha una Pyme y la orientación exportadora. Para ello se empleó el Monitor Global de emprendimiento (GEM) por sus siglas en inglés, se encuestaron a 121974 participantes de 81 países. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** En su artículo explica cómo el resultado de la rápida prevalencia de las tecnologías de la información, la desaparición de las fronteras entre países como consecuencia de la globalización y el rápido aumento en el número de pequeñas y medianas empresas (PYME), están haciendo surgir productos y servicios similares entre sí. En ese contexto, las empresas se esfuerzan por aumentar la demanda de sus productos y obtener atención a través de la diferenciación tanto en los mercados locales como en los globales.

Fuente: Kunday & Şengüler (2015)

Tabla 10: *Antecedente investigativo 10*

N°	AUTOR	TEMA	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
10	Manuel Iván Ortiz Ramo y Richard Iván López Zambrano (2014)	"Frontera sur: una propuesta de investigación regional".	**Artículo científico de Nariño- Colombia**	**TEORÍA:** El artículo se basa en la teoría del centro a la periferia, indicando una lenta pero creciente asimetría social y económica entre las comunidades fronterizas ecuatorianas y colombianas; se analizan varias problemáticas en frontera, entre esas la problemática de comercio exterior. **METODOLOGÍA e INSTRUMENTOS:** Esta investigación fue de tipo cualitativa, exploratoria e inductiva - deductiva. Los instrumentos utilizados fueron de tipo primario y secundario como encuestas, entrevistas, método delphi, libros y normativa. **APORTE A LA INVESTIGACIÓN:** En su escrito Ortiz y López analizan los factores que intervienen en la problemática transfronteriza, que impiden el pleno desarrollo económico y social. Asientan que el contexto problémico regional intrafronterizo es un escenario complejo que depende de una multiplicidad de factores y destacan tres problemáticas: la comercial, empresarial y de desarrollo. Dentro del artículo se establece que la provincia del Carchi a pesar de tener algunas oportunidades de crecimiento económico por medio de sus economías populares y solidarias se encuentra rezagada a comparación de las provincias céntricas del país y esto afecta a la competitividad de sus sectores productivos.

Fuente: Ortiz Ramos & López Zambrano, (2014)

2.2 MARCO TEÓRICO

Cada vez son más las economías alrededor del mundo que buscan fortalecer sus relaciones comerciales e integrarse con mejores beneficios a una economía global, el Banco Mundial considera al comercio como "un motor de crecimiento que genera empleos, reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas. Más de 1000 millones de personas han salido de la pobreza gracias al crecimiento económico sustentado en la apertura comercial desde los años noventa" (Banco Mundial, 2019).

Los países en proceso de desarrollo y aquellos menos desarrollados son quienes deben enfrentar mayores factores de obstaculización a mercados mundiales con entornos regulatorios poco favorables, prácticas comerciales anticompetitivas e infraestructura limitada, por lo que es necesario promover una mayor inclusividad mediante el fortalecimiento del sistema de comercio mundial (Banco Mundial, 2019). Por tal motivo es necesario que Ecuador logre la diferenciación o distinción en su oferta a través de ventajas comerciales apegándose a modelos teóricos que se vinculen a su realidad.

Es así que la presente investigación se encuentra respaldada por tres teorías de comercio; la primera teoría vinculante es la de "Costo de Oportunidad" de Gottfried Von Haberler, quien en sus escritos define al coste de oportunidad como el valor de la mejor alternativa posible que uno rechaza para dedicar sus recursos a otra actividad específica; al buscar una alternativa de internacionalización para la pequeña empresa Agroindustrias Carchi se debe identificar la línea productiva con mejor posibilidad en el mercado estadounidense y encausar esfuerzos económicos, humanos y productivos para lograrlo, lo que a su vez supone un riesgo controlado cuya ejecución debidamente planificada podría redituar a la empresa mucho más que manteniéndose dentro del mercado nacional.

La investigación también se basa fuertemente en los preceptos de Michael Porter con su teoría de la ventaja competitiva, pues para que la pequeña empresa de estudio planifique la internacionalización de su producción, primero requerirá conocer su potencial exportador, analizar los factores clave que posee e identificar aquello que aún requiere para potencializar sus condiciones y así lograr alcanzar con éxito el mercado estadounidense, además se analizará a la micro exportación como herramienta de incursión para negociaciones futuras.

Durante la investigación se contemplarán estrategias para la internacionalización, lo que implica adaptabilidad del producto y de la empresa para lograr alcanzar un mercado más extenso, por lo que la denominada Nueva Teoría de Comercio, que establece la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores, también forma parte de la base teórica.

Esta base teórica, requiere ser moldeada a la realidad del país, por lo cual considerar la situación económica y comercial nacional es necesario; de acuerdo al Observatorio de Complejidad Económica (OEC), el Ecuador ocupa el puesto 70 como mayor economía de exportación, para el 2020 tuvo una balanza comercial positiva con un saldo favorable de $3,24 millones de dólares, lo que equivale a un incremento del 75% con respecto al saldo del 2019, año en el que su PIB per cápita fue de $6,18 miles. En el reporte estadístico de la Federación de Exportadores Ecuatorianos (Fedexpor) se resalta que a pesar de que el 2020 significó un retroceso en el comercio mundial, Ecuador tuvo un superávit histórico en su balanza comercial no petrolera de USD 641 millones, lo que significó un incremento del 10% pese al impacto de la pandemia. (p.7)

Las exportaciones del país se encuentran lideradas por el crudo de petróleo el cual tiene una representatividad de cerca del 35% del total exportador anual, a éste le sigue el principal producto ecuatoriano no petrolero de exportación que para el 2019 fueron los mariscos con una participación del 17%, seguido por el banano con un 15% de participación, pescado procesado 5,25%, flores cortadas con el 3,85%, granos de cacao con el 2,92% y haciendo énfasis en las frutas tropicales, estas representaron cerca del 2% del total exportador (OEC, 2019).

Según el informe del tercer examen de políticas comerciales del Ecuador realizado por la OMC y presentado en el 2019, el país “participa activamente en el sistema multilateral de comercio, y considera que el comercio debe ser inclusivo y justo, (…) que sus beneficios alcancen (..) al artesano, permitiendo así promover el desarrollo y generar mayores oportunidades de empleo” (OMC, 2019, pág. 9). Se destaca la voluntad e interés de la nación por obtener negociaciones multilaterales que prioricen el desarrollo mediante un trato especial y diferenciado.

En relación a la economía nacional se hace mención a la moneda adoptada por el país desde el 2000 es en la actualidad un limitante comercial debido a que no permite “implementar una política monetaria activa e independiente, lo cual limita su capacidad para responder a los riesgos externos, aunque contribuye al mismo tiempo a la estabilidad macroeconómica” (OMC, 2019, pág. 8).

Con respecto a los socios comerciales del país el reporte de Fedexpor para el año 2020 señala que el principal destino para los productos ecuatorianos no petroleros ha sido la Unión Europea, pero es el mercado estadounidense el que ha presentado mayor incremento de demanda con una variación de compra del año 2019 al 2020 del 19% , seguido por la Unión Europea y China con un incremento del 7%, Rusia por su parte demandó un 5% más en 2020, mientras que en vecino país Colombia que también es un socio comercial estratégico para el país presentó un descenso de 7 puntos porcentuales. (p. 8)

Al analizar el valor de las exportaciones el 2020 presentó un incremento del 2% en el valor que el mercado internacional paga por cada tonelada, pasando de US$1254 en 2019 a US$1284 en 2020. Un dato alentador para la presente investigación es que el valor unitario de exportación en productos no tradicionales pasó de US$1785 en 2019 a US$1886 en 2020, lo que significó un alentador crecimiento del 6%, además la composición de las exportaciones no petroleras fue del 59% (US$ 8812) en productos tradicionales y 41% (6164) en los no tradicionales es decir un incremento del 16% (Fedexpor, 2020, p.10 -11).

En conformidad con los aranceles se enfatiza la aplicación de impuestos ad valorem y mixto mismo que se aplican en 418 subpartidas arancelarias, por el lado de las exportaciones, Ecuador hace uso de distintos documentos de acompañamiento previos a la declaración aduanera de exportación (DAE) como: certificado de exportación, autorización de exportación, registro de exportador, permiso y licencia de exportación. Para incentivar las ventas internacionales los exportadores tienen la opción de acogerse al régimen de devolución condicionada de tributos cuando se incorporen envases o acondicionamientos importados dentro de procesos con finalidad exportable, además el país otorga incentivos fiscales para el desarrollo productivo en general otorgando incentivos a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), por medio de mecanismos preferenciales de financiamiento (OMC, 2019, pág. 10).

Además de la realidad comercial es importante actuar bajo la legislación Nacional; el plan de investigación se encuentra respaldado por el capítulo cuarto, sección séptima de la constitución del Ecuador, que hace referencia a la política comercial. En los artículos 284, 304 y 306. En ellos se incentiva la producción nacional, la productividad y la competitividad sistémica; se promueve, regula y ejecutan acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial fortaleciendo el aparato productivo y la producción nacional; del mismo modo el Estado promoverá aquellas exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores del sector artesanal.

Continuando la jerarquía legal, el plan de investigación se encuentra sustentado por el Código de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), uno de sus fines es el de transformar la Matriz Productiva; en su artículo 93 se muestra al Estado Ecuatoriano como principal promotor de exportaciones, mediante la facilidad de información y desarrollo de mercados.

Como última normativa legal a la que se encuentra sujeta la investigación, es el Plan Nacional de Desarrollo "Toda una Vida" específicamente con los objetivos 5 y 6. En el quinto objetivo se procura impulsar la competitividad y productividad para un crecimiento económico de manera redistributiva y solidaria; mientras que en el sexto se busca desarrollar las capacidades productivas, dentro de este objetivo se hace énfasis en la economía popular y solidaria.

La política nacional busca una mejor integración comercial del país, mismo que siempre propende siempre la integración regional con los países de América Latina y el Caribe, siendo así miembro de la CAN y ALADI, además de poseer acuerdos con otros países de Latinoamérica entre los acuerdos bilaterales más recientes entrados en vigor está el de Nicaragua y Salvador, ambos suscritos en el 2017, el 11 de noviembre de ese mismo año se inició formalmente el acuerdo multipartes entre Ecuador y la Unión Europea conformada por 28 países y que como bloque son el principal destino de las exportaciones no petroleras del país (OMC, 2019).

Desde entonces, varias sectores exportadores e importadores han sacado provecho de la beneficiosa relación comercial sin embargo la competencia es reñida debido a que los países vecinos de Perú y Colombia accedieron con anterioridad al mismo beneficio, además de contar con Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos; país con el que Ecuador en 2018 logró ampliar el Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias por un plazo de 3 años, sistema que beneficia a productos de la economía popular y solidaria como frutos secos; desde entonces el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca ha consolidado esfuerzos para un posible tratado de Libre Comercio con la superpotencia norteamericana (Orozco, 2018).

En mayo del 2019 se logran vislumbrar el cumplimiento de los primeros compromisos con la nación norteamericana para una firma de TLC; Ecuador ya ha firmado "seis acuerdos de cooperación sobre patrimonio cultural, para combatir el narcotráfico y la delincuencia transnacional, seguridad, educación, infraestructura y préstamos hipotecarios" (Vera, 2019).

La firma de un Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y Estados Unidos podría significar un desenvolvimiento económico similar al que ha tenido el vecino país de Colombia una vez que firmó TLC con EE. UU en 2012, esto debido a la similitud existente en el entorno sectorial de ambos países. "En Colombia, 8.700 empresas exportaron sus bienes a EE.UU., de esas 6.400 lo hicieron por primera vez. Durante los primeros seis años llegaron capitales foráneos por $ 11.724 millones, que generaron 23.000 puestos de trabajo" (Torres, 2019).

Las Mipymes constituyen un sector muy importante en el Ecuador por su contribución al producto, su aportación a la generación de empleo y a una mayor igualdad en la distribución de ingresos, conjuntamente con su papel en el incremento de la competencia en los mercados. Para lograr la internacionalización una mipyme requiere de innovación en tres etapas claves: requerimientos de ingreso al mercado, adaptación del producto a la demanda y canales de comercialización.

III. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1 Enfoque

Según Hernández (2014), la investigación está relacionada con dos tipos de enfoques; el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo.

Enfoque cualitativo

> **"**Un enfoque cualitativo es secuencial y probatorio, evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad"; según Monje, C. (2011) "La investigación cualitativa, se plantea (…) que observadores competentes y cualificados puedan informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás". (p. 33)

El enfoque de investigación es cualitativo porque permitió estudiar las características y cualidades de la herramienta de micro exportación además de estudiar sus beneficios ventajas y desventajas como alternativa de internacionalización, también se analizaron los factores cualitativos de los mercados internacionales en Estados Unidos identificando así las costumbres, tradiciones y gustos de los posibles clientes.

Con la aplicación de entrevistas a expertos se analizaron los aspectos de: mercado internacional, condiciones de mercado, herramienta de micro exportación y competitividad del sector agroindustrial de la provincia del Carchi. Para ello se entrevistó al encargado zonal de Pro Ecuador (Ing. Oscar Ruano), al ex director de la Aduana Tulcán (Msc. José Arauz) y a la gerente de la empresa exportadora de frutos deshidratados ubicada en Cotacachi "Sumak Mikuy" (Ing. Verónica Acosta).

Enfoque cuantitativo

> "Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, (…) rechaza toda proposición cuyo contenido no esté directa o indirectamente en correspondencia con los hechos comprobados, refutando todo juicio de valor. El conocimiento es válido si está basado en la observación sistemática de los hechos sensibles" (Monje Álvarez, 2011. p.11).

En la investigación también se empleó un enfoque cuantitativo, con el objetivo de recopilar información estadística del mercado objetivo con respecto a los frutos deshidratados. Este enfoque permitió analizar e interpretar datos estadísticos de la oferta y demanda de los frutos deshidratados de "Agroindustrias Carchi" relacionando la medida en que la exportación aportaría a dicho sector productivo; para ello se requirió la correlación y análisis de datos estadísticos de diferentes bases de datos nacionales e internacionales.

3.1.2 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, argumentativa y correlacional; la aplicación de la investigación descriptiva fue necesaria para delinear el estudio mediante la descripción actualizada de la realidad con respecto a la economía popular y solidaria "mipymes" y delimitar los factores de competitividad en concordancia con el sector agroindustrial.

De acuerdo a Hernández Sampieri la investigación de tipo argumentativa:

> Se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso (…) interpreta datos y presenta resultados (…) utiliza procedimientos generales a cualquier investigación (análisis, síntesis, deducción, inducción). Realiza un proceso de abstracción científica, la recopilación de datos permite profundizar y diversificar el tema de investigación, es la base fundamentaría de investigaciones científicas más amplias. Es una investigación ordenada y con objetivos precisos para que sean base en la construcción de conocimiento. (Hernandez Sampieri, 2014)

El uso de la investigación argumentativa fue esencial debido a que se tomó en cuenta los argumentos e ideas de actores sobresalientes en el sector agroindustrial, mediante las entrevistas se pudo inferir la competitividad actual y futura de las mipymes del sector agroindustrial con la micro exportación.

Por su parte la investigación es correlacional ya que tuvo como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existió entre la micro exportación y su incidencia en el factor de competitividad dentro del sector agroindustrial.

3.2 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

La alternativa de micro exportación para "Agroindustrias Carchi" hacia el mercado estadounidense aportará a mejorar la competitividad del sector agroindustrial.

3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 11. *Operacionalización de variable independiente*

Variable Independiente	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
MICRO EXPORTACIÓN	Entorno	- Económico - Socio-cultural - Tecnológico - Político - Legal	-Análisis Documental -Entrevista	Datos secundarios Forma 004
	Mercado	- Perfil del país - Perfil del consumidor - Tendencia de consumo - Segmentación del mercado - Competencia	-Análisis Documental - Entrevista	Datos Secundarios Forma 003
	Producto	- Producción - Requerimientos del producto - Barreras de entrada - Requisitos de calidad	-Análisis Documental - Entrevista	Datos Secundarios Forma 003 Forma 005

Fuente: Investigación propia

Tabla 12. *Operacionalización de variable dependiente*

Variable Dependiente	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
COMPETITIVIDAD DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL	Diversificación de Mercados	- Capacidad productiva - Capacidad exportable - Inversión	-Entrevista	Forma 002
	Calidad	- Cumplimiento de requisitos - Certificaciones internacionales - Proceso productivo	-Ficha de observación - Entrevista - Ficha de observación	Datos Secundarios Forma 001 Forma 002
	Innovación	- Infraestructura - Producción	Análisis Documental - Entrevista - Ficha de observación	Datos Secundarios Forma 002 Forma 001
	Alianzas y Acuerdos	- Canales de distribución - Logística internacional	Análisis Documental	Datos Secundarios

Fuente: Investigación propia

3.4 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para el análisis estadístico se recurrió a la base de datos actualizada de páginas oficiales de información comercial: Trade Map, World Bank Open Data, Global Market Analytics, Global Trade Helpdesk, Grand View Research, US Census Bureau y Banco Central del Ecuador. Se realiza un análisis a profundidad con la correlación de datos, se emplea la utilización de mínimos cuadrados para la proyección de oferta y demanda, así como la estimación de variaciones anuales y porcentuales en miles de dólares y toneladas para los productos focos de estudio.

3.4.1 Estudio de Mercado Nacional

3.4.1.1 *Los snacks nutritivos: Fruta deshidratada*

Comer snacks saludables se ha vuelto una práctica común que se ha expandido mundialmente en los últimos años; en países desarrollados la tendencia al alza en su consumo comenzó por problemas generalizados en la salud debido al sobrepeso consecuencia de malos hábitos alimenticios; hoy por hoy el consumo creciente de frutas deshidratadas se debe a la tendencia mundial del consumo de alimentos nutritivos y saludables, así como también evitar el desperdicio de frutas (Fedefruta, 2017).

Figura 1. *Frutos deshidratados*
Fuente: Google imágenes

Entre los beneficios que aporta el consumo de frutas deshidratadas está el aporte de gran cantidad de energía, diversas vitaminas y minerales entre ellos el calcio, hierro, potasio y magnesio, así como vitamina A, E y de tipo B que además de regular el funcionamiento del organismo ayudan a la protección del sistema inmunológico, adicional tienen una acción saciante y alto volumen en fibra. (Okdiario, 2018).

3.4.1.2 *Tendencia mundial de consumo*

Un estilo de vida más saludable con consumo consciente en desperdicios y apoyo a pequeños negocios, es la tendencia del consumidor global; según el reporte anual de Euro monitor International "apoyar a las comunidades locales es una característica perdurable del panorama del consumidor. Los consumidores se están alejando de la globalización y el híper consumo y se están moviendo hacia comprar menos, productos de mayor calidad" (Angus & Westbrook, 2020. p. 59).

El reporte actualizado al 2020 por el Global Market Trajectory and Analytics con respecto a las frutas deshidratadas proyecta un incremento en el mercado internacional que pasa de US$ 7.4 Billones en el 2020 a US$ 9.9 billones para el 2027. El mercado estadounidense para este producto se estima en US$ 2 billones, le sigue China con una previsión de crecimiento proyectada de US$ 2.2 billones para 2027; otros mercados en auge para los frutos deshidratados son Japón y Canadá con un crecimiento esperado de 1,4% y 3,2% respectivamente durante el periodo 2020-2027. (párr. 2)

A nivel mundial son los países de EE. UU., Canadá, Japón, China y Europa los que impulsarán la tasa compuesta de crecimiento anual de 2,8% para este segmento. (párr.3)

3.4.1.3 *Antecedentes de la industria en el Ecuador*

La producción de fruta deshidratada en Ecuador comenzó con el objetivo de alcanzar mercados internacionales desde hace más de diez años, "El mercado extranjero se lleva más del 80 y 90% de la producción local (…) las frutas deshidratadas de más consumo en el mercado extranjero y local son las llamadas tropicales, como uvilla, piña, banano y mango" (Revista Líderes, 2017, párr. 5-6).

Tabla 13. *Código arancelario de frutas tropicales*

Código Arancelario	*Descripción*
0804.50.20.10	Mango Deshidratado
0803.90.20.00	Banana Deshidratada
0804.30.00.00	Piña deshidratada
0813.40.00.10	Uvilla deshidratada

Fuente: Arancel Nacional 6ta enmienda

Figura 2: *Frutos tropicales deshidratados*
Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. *Histórico exportaciones frutas tropicales ecuatorianas- mundo (miles USD)*

	2015	2016	2017	2018	2019
Mango Deshidratado	37.567	45.246	44.878	44.890	42.708
Banana Deshidratada	2.731.333	2.657.015	2.959.428	3.115.836	3.185.474
Piña deshidratada	31.967	37.474	44.189	40.621	42.694
Uvilla deshidratada	0	183	1.338	1.146	657

Fuente: ITC Trademap, 2020

Tabla 15. *Histórico exportaciones frutas tropicales ecuatorianas- mundo (TONS)*

	2015	2016	2017	2018	2019
Mango Deshidratado	49.287	63.177	59.006	59.825	53.117
Banana Deshidratada	6.070.157	5.974.366	6.415.236	6.553.849	6.667.588
Piña deshidratada	66.076	73.989	83.640	80.578	89.002
Uvilla deshidratada	0	28.5	133.6	104.3	71

Fuente: ITC Trademap, 2020

El histórico de exportaciones ecuatorianas a mercados internacionales en frutos tropicales deshidratados muestra como el producto de mayor demanda es el banano que representa el 97,2% del valor total exportado hacia el mundo durante el periodo descrito, sin embargo las otras frutas de forma generalizada muestran un comportamiento de demanda a la alza con una brecha más marcada que el producto estrella dentro de la clasificación; así del 2015 al 2019 en cantidad de exportación el mango incrementa en 7,77% , la piña el 34,7% y el de mayor incremento ha sido la uvilla con un incremento del 144,83% en comparativa al año que registra valor exportable que es el 2016.

Con respecto a los destinos internacionales para estos productos coincide Estados Unidos dentro del top 5 de países importadores, mismo que destaca como el mayor comprador de mango deshidratado, y el segundo de banano, siendo el primero Rusia; el mayor comprador de piñas deshidratadas durante este periodo ha sido Chile seguido de Bélgica y en el caso de Uvilla ha sido Australia seguido de Alemania y Estados Unidos.

3.4.1.1 *Competencia en el Mercado Internacional*

Tabla 16: *Top 10 países proveedores de frutos tropicales*

	Mango Deshidratado				Banana Deshidratada				Piña deshidratada				Uvilla deshidratada			
	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)
1	Tailandia	627.616	479.616	1.309	Ecuador	3.185.474	6.667.588	478	Costa Rica	981.012	2.216.372	443	Tailandia	318.640	181.300	1.758
2	México	440.813	412.873	1.068	Filipinas	1.930.383	4.351.353	444	Filipinas	323.764	625.569	518	China	127.175	20.147	6.312
3	Países Bajos	367.550	192.740	1.907	Costa Rica	998.345	2.382.318	419	Países Bajos	217.398	245.273	886	España	87.893	95.517	920
4	Viet Nam	341.252	158.688	2.150	Colombia	870.675	1.896.091	459	Bélgica	95.772	111.874	856	Alemania	68.600	3.869	17.731
5	Perú	252.047	191.417	1.317	Guatemala	841.768	2.434.403	346	EE.UU	93.306	106.060	880	EE.UU	50.041	7.444	6.722
6	Brasil	228.053	222.126	1.027	Bélgica	760.014	927.889	819	Taipei Chino	65.358	51.477	1.270	Italia	35.862	7.423	4.831
7	India	149.617	142.612	1.049	Países Bajos	659.890	788.053	837	Ecuador	42.694	89.002	480	India	23.591	22.664	1.041
8	Pakistán	101.633	96.610	1.052	EE.UU	431.279	593.626	727	España	35.106	36.523	961	Polonia	22.290	2.299	9.696
9	España	93.960	47.207	1.990	Panamá	388.723	502.725	488	Honduras	33.389	78.360	426	Países Bajos	22.203	5.116	4.340
10	Ghana	68.322	9.405	7.264	Camerún	276.092	297.919	927	México	29.578	60.748	487	Sudáfrica	19.466	3.545	5.491
	* Ecuador puesto 16	42.708	53.117	804									*Ecuador puesto 79	683	74	9.230

Fuente: ITC Trademap, 2020

*Datos año 2019

*Mango deshidratado: Ecuador puesto N° 16

*Uvilla deshidratada: Ecuador puesto N° 79

Al analizar el grupo de frutos deshidratados más apetecidos en el exterior, para el 2019 Ecuador se posiciona con respecto al mango deshidratado en el 16avo puesto por valor exportado, mientras que por cantidad de exportación se encuentra en el 9no puesto.

Considerando la subpartida del banano, Ecuador se muestra como el primer país proveedor para 2019 dista del segundo mayor exportador que es Filipinas con miles US$ 1.255.091 lo que significa que Ecuador tuvo un valor exportado del 39.4% superior, mientras las toneladas exportadas entre ambos distan en 2.316.235 toneladas, una cantidad superior en 34.74%, al compararlo con el mayor competidor de la región; Colombia, el valor exportado por Ecuador fue superior por casi el 73% en la subpartida 0803.90.

Con respecto a la piña deshidratada Ecuador se ubica en el puesto 7, mientras que en la uvilla deshidratada ocupa el puesto N° 79, los vecinos de la región (Perú y Colombia) ocupan los puestos 53 y 54 respectivamente, pero a pesar de su mayor volumen exportado, Ecuador percibe un mayor valor por cantidad, de acuerdo a los datos de TradeMap por cada tonelada el país recibe US$ 9230, Colombia US$ 8410, Perú US$ 3550, mientras Tailandia que se posiciona como el principal proveedor percibe US$ 1758 por tonelada exportada.

3.4.1.2 *Empresas exportadoras en el Ecuador*

Tabla 17: *Principales competidores nacionales*

Empresas Ecuatorianas	Provincia
Deninqui, S.A.	Guayaquil
Ecuavegetal S.A.	Babahoyo
Futurcorp S.A.	Guayaquil
Productos Elaborados Bolivar S.A. - Pebsa	Guayaquil
Terrafertil S.A.	Quito

Fuente: ITC Trademap, 2020

Los competidores nacionales más destacados con respecto a la exportación de “Sobres de frutas, verduras y sopas desecadas y deshidratadas”, según la descripción más precisa de TradeMap, son aquellas empresas cuyo flujo de exportación es constante.

La empresa Ecuavegetal cuyo nombre comercial es Facundo y bajo la cual varios productos son comercializados, entre ellos los granos y vegetales deshidratados, enlatados y congelados; también destaca Futurcorp, una empresa especializada en la venta internacional de puré, hojuelas y polvo de banano, “el 60% de la mercancía viaja a Europa, a países como España, Alemania y Rusia. El 40% restante llega a Asia (Japón y China) y EE. UU” (Revista Líderes, 2018, párr. 9).

La empresa Productos Elaborados de Bolívar “Pebsa” se ha especializado en la exportación de frutos deshidratados: guayaba, mango y sobretodo plátano mismo que lo ofertan deshidratado en cubitos o rodajas, en bocados suaves y en pasta, a los mercados de Estados Unidos, Francia, Alemania y Suiza (Pebsa, 2020).

Una de las empresas especializada en la venta de productos deshidratados de mayor expansión tanto a nivel local como internacional es Terrafértil con su marca “Nature´s heart” que cuenta con una amplia gama de productos naturales orgánicos que gracias a su adquisición por parte de la multinacional Nestlé ha expandido su presencia en Colombia, Perú, Chile, México, Estados Unidos y Reino Unidos; además de estar presente en otros 17 mercados a través de alianzas estratégicas. Esto a nivel de grandes empresas.

A nivel de las Mypimes destacan las empresas: Fruvesol, Agroapoyo, Cevera Fruits, Sumak Mikuy, Biolcom y Álvaro Miño, mismas que desde el 2013 conforman el consorcio de exportación de frutas y alimentos deshidratados, denominado Ecua-Dehyd. Esta asociación tiene como objetivo abrir mercados y garantizar un mayor volumen de exportación (Revista Líderes, 2017).

De estas mipymes Sumak Mikuy cuenta con mayor experiencia en los mercados internacionales.

3.4.1.3 *La Agroindustria en Carchi*

La Zona 1 del país está conformada por las provincias de: Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos. De acuerdo a datos actualizados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) al 2019, La zona 1 tiene una participación del 2,2% con respecto a la participación en ventas de acuerdo a las empresas establecidas con actividad productiva, siendo la provincia del Carchi la de menor aporte con apenas el 0,2% encontrándose a la par con Galápagos y solo por encima de Zamora Chinchipe, Pastaza, Morona Santiago, Bolívar y Napo cuya participación fue del 0,1%. (p. 38)

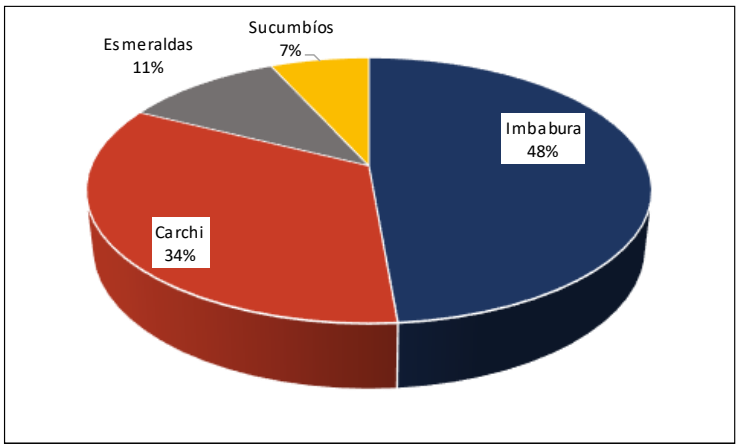


Figura 3: *Agroindustrias en la ZONA 1*
Fuente: Base de Datos Pro Ecuador Zona 1

De acuerdo a datos primarios de ProEcuador, en la Zona 1 se encuentran registradas 644 empresas de las cuáles 74 pertenecen al sector agroindustrial es decir el 11,49% del total registrado. De estas 74 empresas, 36 (48,65%) se encuentran en la provincia de Imbabura, 25 (33,78%) en la provincia del Carchi, 8 (10,81%) en Esmeraldas y 5 (6,76%) en Sucumbíos.

De las 25 agroindustrias registradas, estas a su vez se clasifican por su nivel de avance en las certificaciones dentro de la ruta ProEcuador, misma que "utiliza una metodología de semaforización de servicios (...) El semáforo rojo aplica para las empresas en nivel de emprendedor; el semáforo amarillo aplica para las empresas en nivel de potencial exportador y el semáforo verde aplica para las empresas exportadoras" (ProEcuador, 2020, párr. 1)

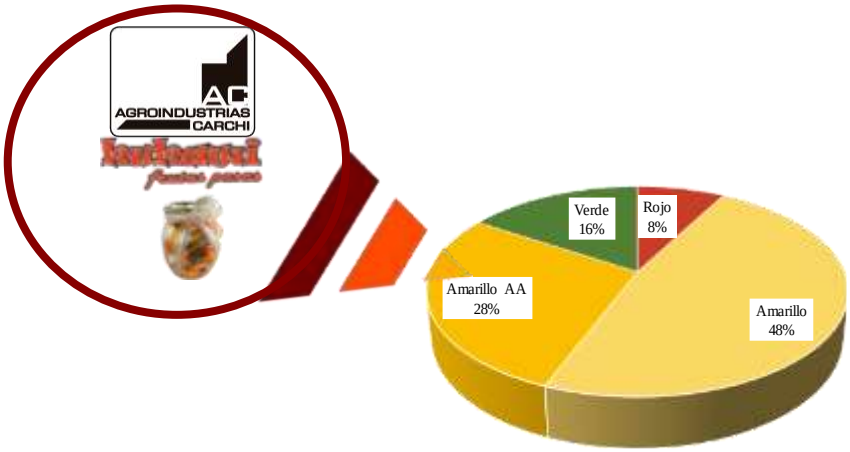


Figura 4: *Empresas Ruta Pro Ecuador en Carchi*
Fuente: Elaboración propia

De las agroindustrias de Carchi (Anexo N°8), 2 se encuentran en el semáforo rojo, 12 en amarillo, 4 en verde que son aquellas empresas que ya exportan o cumplen con todos los requisitos previos a la exportación y 7 en Amarillo AA que es una categoría a la cual ingresan aquellas empresas que se encuentran en la transición de amarillo a verde. Es aquí en donde se encuentra "Agroindustrias Carchi".

3.4.1.4 *Agroindustrias Carchi – Kukawi*

3.4.1.4.1 Macro localización

Figura 5: *Macro localización*
Fuente: Google imágenes

"Agroindustrias Carchi" se encuentra localizada en el norte de la sierra ecuatoriana en la provincia del Carchi, territorio que se asienta sobre el nudo de los pastos al noreste y la hoya del Chota en el sur. Dentro del territorio ecuatoriano limita con la provincia de Imbabura al sur, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas; al norte limita con el departamento de Nariño perteneciente a Colombia.

3.4.1.4.2 Micro localización

"Agroindustrias Carchi" se encuentra en el cantón Bolívar uno de los seis cantones que conforman la provincia. Se encuentra entre la calle Buenos Aires y Guayaquil a tres cuadras del parque principal, vía al Colegio Albornoz.

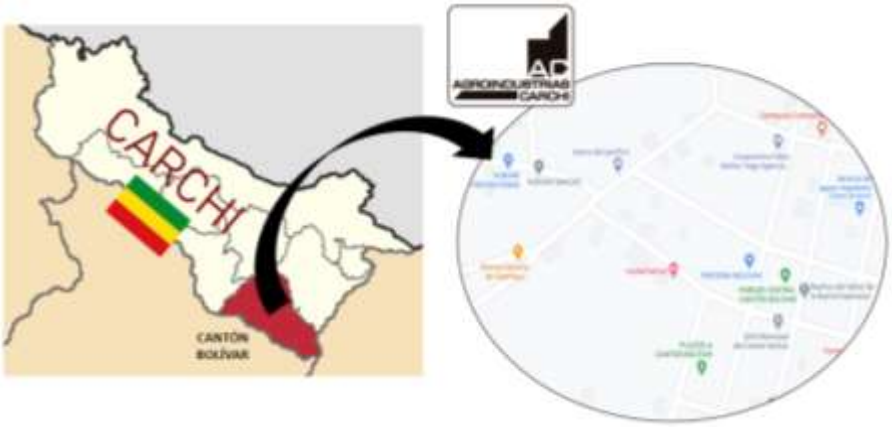


Figura 6: *Micro localización*
Fuente: Elaboración propia

3.4.1.4.3 Líneas de producción

Figura 7: *Líneas de producción de "Agroindustrias Carchi"*
Fuente: Elaboración propia

La empresa maneja 3 líneas de producción: las frutas y vegetales deshidratados, las frutas y vegetales parcialmente deshidratados denominadas frutas pasas y los snacks fritos: todos bajo el nombre comercial de "Kukawi".

Ofrece una amplia gama de deshidratados para la industria alimenticia, cerca de 30 variedades, además de ofertar al granel un mix de 5 frutas deshidratadas, y mix para té de frutas. En esta línea de producto el precio base se marca sobre los 100g con un valor que varía desde $1,25 (como el coco rallado) hasta los $4 (como el tomate riñón).

Entre los productos que oferta en su gama de frutos y vegetales pasa están: frutas confitadas, ají, banano, cáscara de naranja, coco, durazno, fresa, higo, jengibre dulce, kiwi, cáscara de limón, cebolla paiteña dulce, mango amarillo, mango verde, manzana, pera, piña, uvilla, zanahoria y zapallo. En esta línea de producto el precio base se marca sobre los 200g con un valor que varía desde $1 dólar (como las frutas confitadas) hasta los $4 dólares (como la uvilla).

En la línea de snack Kukawi se manejan papas fritas de sabores, chifles dulces y salados y cueritos; se maneja presentación de 100 g y por kilo.

3.4.1.4.4 Análisis FODA

Tabla 18: *Análisis FODA "Agroindustrias Carchi"*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
* Empresa con 20 años de experiencia en el mercado nacional. * Clasificación Amarillo AA en Ruta Pro-Ecuador * Amplias instalaciones y maquinaria. * Variedad y calidad en su oferta. * Precios competitivos. * Capacidad de producción alta (13 tons. mensuales) * Liderada por personas competentes en su campo con conocimiento administrativo y de promoción digital. * Productos con registro sanitario. * Procedimientos operativos estandarizados (POES) para el aseguramiento de la calidad e inocuidad de sus productos.	* Mayor tendencia de consumo en frutos deshidratados a nivel mundial. * Programa exporta fácil como herramienta de inserción en mercados internacionales. * Incentivos tributarios para micro y pequeñas empresas. * Tasa de interés activa efectiva referencial para financiamiento den mejoras productivas y tecnológicas. * Ferias internacionales y ruedas de negocios para la promoción internacional. * Relaciones Comerciales estrechas entre Ecuador y Estados Unidos. * Tienda digital con contenido actualizado.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
* Escasa experiencia en los mercados internacionales (exportaciones de manera indirecta). * Dependen de sus proveedores, no se encuentra en control de la materia prima. * Estructura administrativa básica, no cuenta con un equipo de ventas. * Carece de alianzas estratégicas. * Demora en la obtención de certificación BPM por falta de presupuesto.	* Competencia nacional e internacional con fuerte posicionamiento en el mercado. * Disposiciones gubernamentales que afecten a las mipymes. * Sólida competencia en ventas al detalle. * Diferenciación en costos de competidores extranjeros.

Fuente: Investigación propia

3.4.2 Estudio de Mercado Internacional

3.4.2.1 *Comercio Internacional Ecuador-Estados Unidos*

Tabla 19: *Histórico exportaciones totales FOB Ecuador -Mundo*

	PAÍSES	2015	2016	2017	2018	2019
		Miles USD	*Miles USD*	*Miles USD*	*Miles USD*	*Miles USD*
	Mundo	18.330.608	16.797.667	19.122.460	21.606.134	22.329.379
1	Estados Unidos de América	7.226.222	5.436.083	6.056.904	6.671.509	6.732.893
2	China	722.966	656.382	771.888	1.494.317	2.896.831
3	Panamá	441.576	662.275	935.806	1.243.546	1.918.549
4	Chile	1.138.079	1.150.557	1.236.135	1.466.665	1.485.060
5	Perú	934.189	934.224	1.282.527	1.615.108	951.961
6	Rusia, Federación de	715.544	769.213	845.311	837.850	879.670
7	Colombia	784.028	810.457	763.222	832.531	854.966
8	España	483.490	547.333	600.753	582.051	639.124
9	Países Bajos	460.295	422.631	472.663	435.614	571.502
10	Italia	325.959	460.933	587.291	646.802	472.467
	Otros	5.098.260	4.947.579	5.569.960	5.780.141	4.926.356

Fuente: (ITC Trademap, 2020)

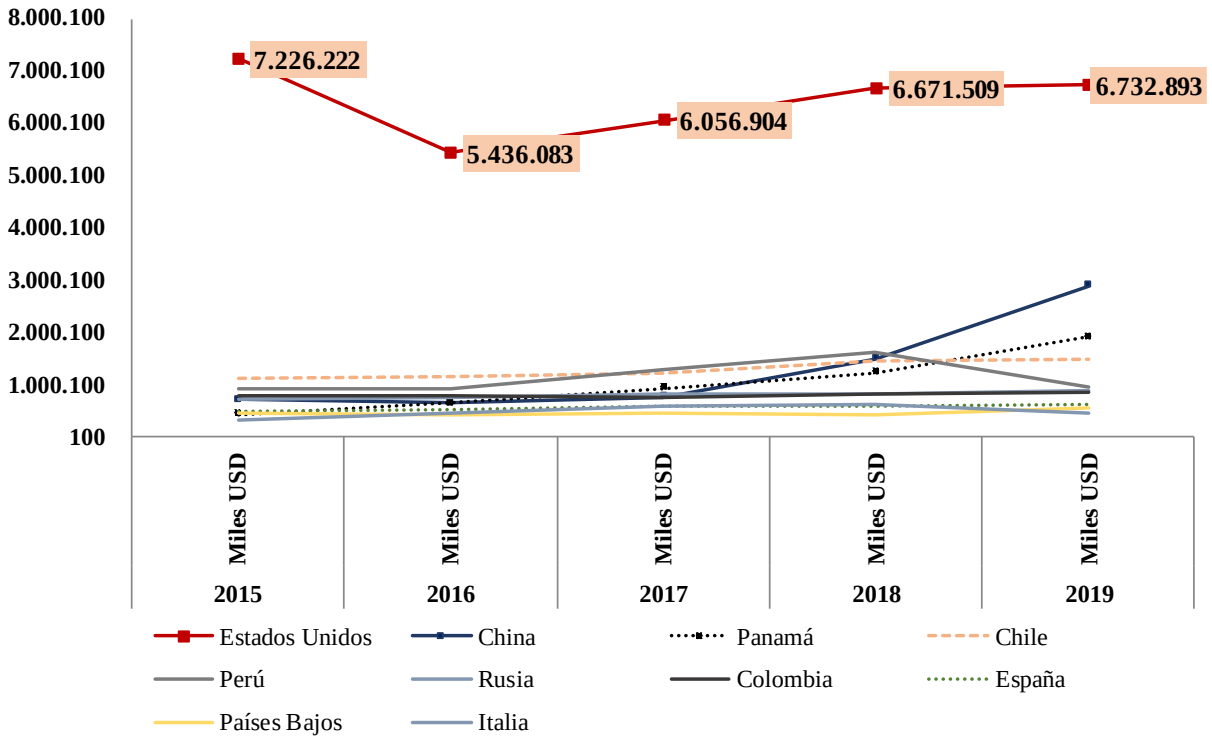


Figura 8: *Top 10 países destino de exportaciones ecuatorianas 2015-2019*
Fuente: Elaboración propia (adaptación datos TradeMap)

Históricamente Estados Unidos figura como el primero socio comercial de Ecuador denotando una adquisición constante y sostenida durante el periodo 2015-2019, el segundo destino de las exportaciones nacionales es China y dista por un 43% en el valor total FOB de adquisición para el 2019, Panamá registra una compra que equivale al 28,5% de lo que adquiere el mercado norteamericano, mientras Chile y Perú un 22% y 14% respectivamente. Tan solo para el año 2019 Estados Unidos fue el destino para el 30% de las exportaciones ecuatorianas distando de China por 17 puntos porcentuales.

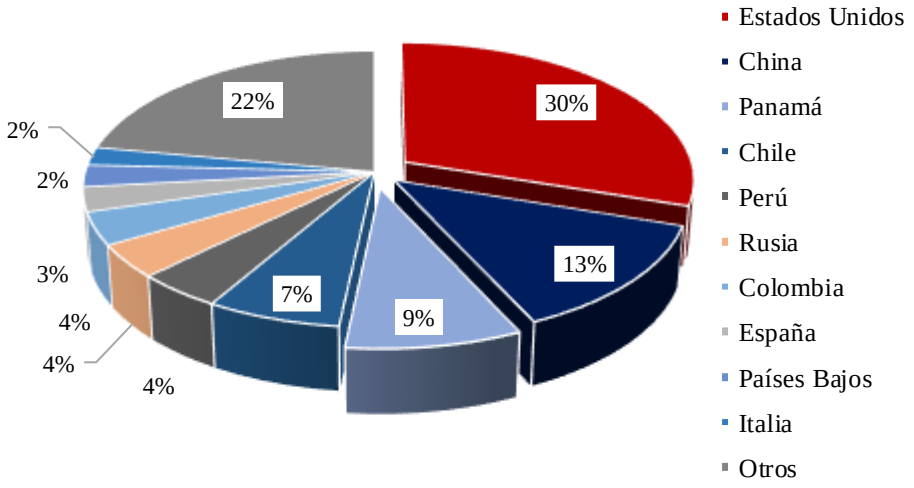


Figura 9: *Top 10 destino exportaciones ecuatorianas en 2019*
Fuente: Elaboración propia (adaptación datos TradeMap)

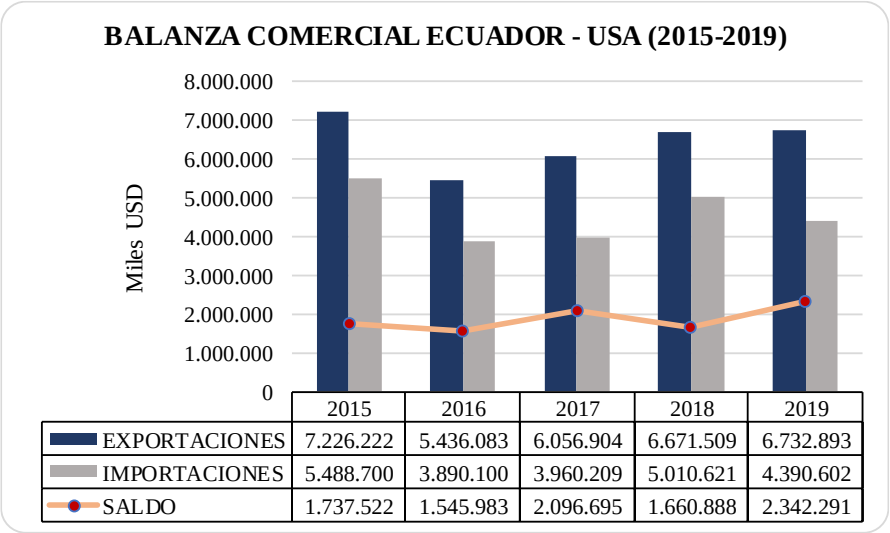


Figura 10: *Balanza Comercial Ecuador-USA*
Fuente: ITC TradeMap

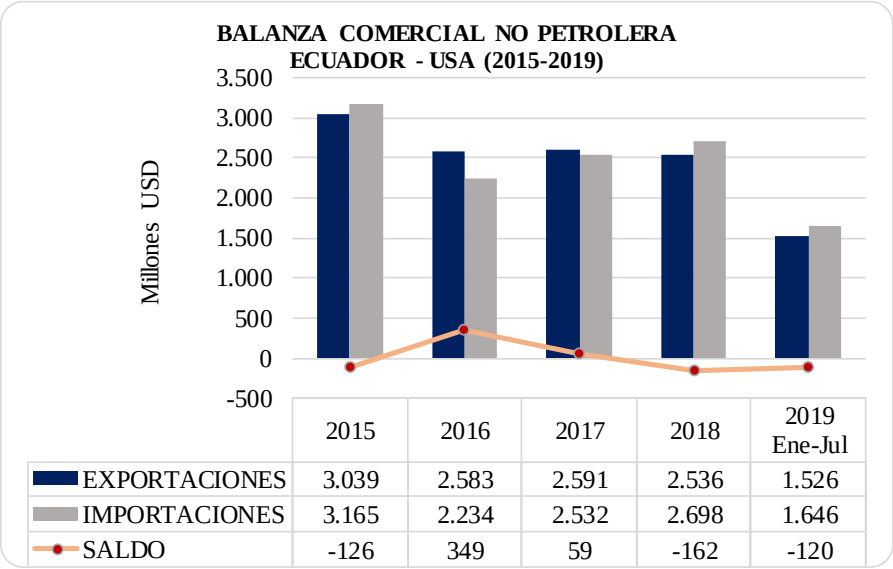


Figura 11: *Balanza Comercial No Petrolera Ecuador -USA*
Fuente: Pro Ecuador Ficha técnica Ecuador- EE.UU.

La Balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos muestra un superávit comercial dado que gran parte del rubro exportador pertenece al petróleo y sus derivados; al tomar en consideración únicamente la balanza no petrolera el panorama comercial se muestra diferente; desde el 2018 mantenemos un déficit comercial relativamente bajo con este socio comercial, mismo que para el 2019 redujo aún más y para el 2020 de acuerdo a cifras oficiales del Banco Central del Ecuador se presentó un superávit comercial de $653204.92 el mayor saldo comercial registrado durante el periodo 2015-2020, ésta alza significativa en la adquisición de productos ecuatorianos se da por el estado de emergencia sanitaria a nivel global en donde los alimentos incrementaron su consumo y al ser Ecuador un país mayoritariamente agroexportador se vio considerablemente beneficiado, para el año 2020 se logró exportar hacia este país un 10% más que en 2019 aún bajo las restricciones al comercio global que supuso la pandemia lo que no pasó con otros países de la región.

	SECTOR	VALOR Miles USD	% PARTICIPACIÓN
1	Acuacultura	724.851	24,63%
2	Banano y plátano	548.038	18,62%
3	Pesca	314.993	10,70%
4	Flores	306.078	10,40%
5	Cacao y elaborados	205.381	6,98%
6	Agroindustria	131.693	**4,47%**
7	Alimentos procesados	119.613	4,06%
8	Forestal y productos elaborados	113.349	3,85%
9	Metalmecánico	97.407	3,31%
10	Frutas no tradicionales	78.517	2,67%

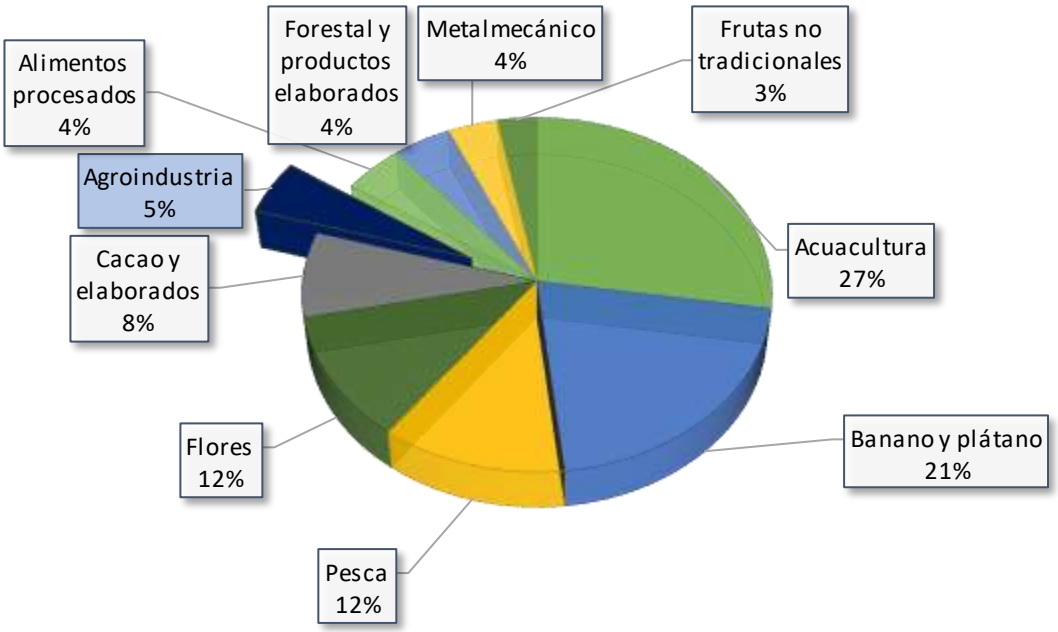


Figura 12: *Exportaciones ecuatorianas no petroleras a EE.UU por sector 2020*
Fuente: Elaboración propia (Adaptación datos BCE)

Para el 2020 los principales sectores exportados de la producción ecuatoriana hacia el mercado estadounidense fueron: Acuacultura con su principal exponente el camarón, producto con una variación positiva en ventas respecto al 2019 del 46%, teniendo una participación del 24,63% para el 2020, le sigue el tradicional banano con una participación del 18,62% y una variación en ventas positiva del 32%; el sector de la pesca representó un 10,70%, mientras las flores un 10,40%.

El sector florícola tuvo una variación negativa con respecto a las ventas en el 2019 debido al cambio de necesidades y prioridades en este año con irregularidades comerciales en donde los eventos y reuniones se vieron considerablemente reducidos; por su parte el sector del cacao y sus elaborados tuvo una participación del 6,98% en este sector se denotó un incremento considerable a comparación del 2019, un aumento del 73% en demanda a comparación del año anterior.

En el puesto 6 por porcentaje de participación se encuentra la agroindustria con el 4,47% de participación en las exportaciones hacia Estados Unidos en productos no petroleros, además a comparación del año precedente tuvo un incremento en la demanda norteamericana del 10%.

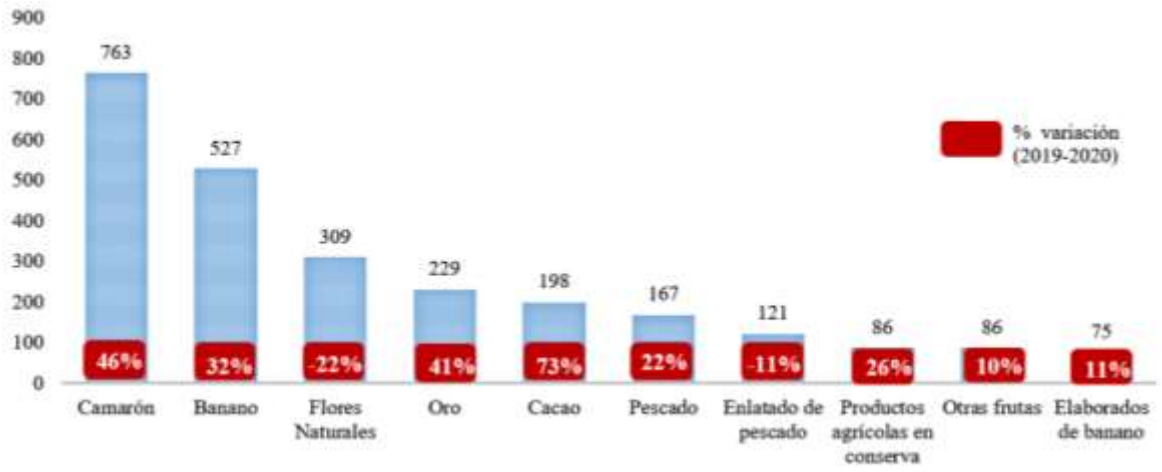


Figura 13:*Variación 2019-2020 de principales productos exportados*
Fuente: Banco Central del Ecuador

3.4.2.2 *Importación de Frutos Deshidratados EE.UU.*

En la tabla N° 20 se evidencia el posicionamiento de Ecuador como socio comercial en las 4 partidas arancelarias de nivel internacional (6 dígitos) de frutos deshidratados con el mercado extranjero. En el caso del mango y el banano Ecuador se presenta como el tercer socio comercial para Estados Unidos, en el caso de la piña se posiciona como el sexto mayor socio comercial y en la uvilla (un producto de relativa corta inserción en el mercado estadounidense) se encuentra en el puesto 24 por debajo pero no tan distante de sus vecinos regionales Perú y Colombia.

Tabla 20: *Posicionamiento Ecuador vs. Mundo en frutos deshidratados en EE.UU*

	Mango Deshidratado				Banana Deshidratada				Piña deshidratada				Uvilla deshidratada			
	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)	País	Miles (USD)	Unidad (TON.)	Valor unit. (USD/TON.)
1	México	372.600	341.923	1.090	Guatemala	1.006.634	1.934.739	520	Costa Rica	616.000	989.451	623	China	26.344	2.221	11.861
2	Perú	76.888	54.353	1.415	Costa Rica	438.817	796.052	551	Honduras	38.241	62.872	608	Chile	14.424	1.099	13.125
3	Brasil	55.688	39.967	1.393	Ecuador	357.348	673.413	531	México	32.054	58.939	544	Marruecos	10.739	363	29.584
4	Ecuador	52.376	44.367	1.181	Honduras	253.290	505.135	501	Guatemala	10.745	21.829	492	Egipto	10.332	333	31.027
5	Tailandia	25.521	4.690	5.442	México	243.737	425.287	573	Tailandia	7.406	1.879	3.941	Tailandia	9.859	2.752	3.582
6	Filipinas	24.137	2.162	11.164	Colombia	159.853	242.290	660	Panamá	2.426	3.937	616	México	6.276	1.613	3.891
7	India	13.271	1.741	7.623	Perú	53.040	82.577	642	Ecuador	2.051	2.877	713	Alemania	5.274	253	20.846
8	Haití	12.519	8.366	1.496	Panamá	5.746	12.088	475	Colombia	1.538	280	5.493	Serbia	5.140	515	9.981
9	Guatemala	10.573	13.424	788	Nicaragua	3.715	392	9.477	Sudáfrica	942	136	6.926	Canadá	3.398	398	8.538
10	Rep. Domin.	3.760	3.431	1.096	Tailandia				Rep. Domin.	911	1.307	697	Turquía	2.791	776	3.597
													*Ecuador puesto 24	170	28	6.071

Fuente: ITC – TradeMap

Tabla 21: *Importaciones históricas de EE.UU por partida arancelaria (Valor FOB)*

	Mango		*Banana*		*Piña*		*Uvilla*	
	MUNDO	ECUADOR	MUNDO	ECUADOR	MUNDO	ECUADOR	MUNDO	ECUADOR
2016	583.376	66.332	2.435.923	462.568	721.568	2.374	94.334	235
2017	655.950	57.734	2.529.615	318.992	749406	784	86.913	495
2018	637.294	61.140	2.592.172	355.980	725884	771	109.905	206
2019	658.241	52.376	2.529.032	357.348	714.394	2.051	106.653	170
2020	718.772	62.775	2.549.996	390.174	716.955	5.712	142.471	209

Fuente: ITC – TradeMap (* Valor FOB miles USD)

Al hacer un análisis histórico en términos monetarios se denota que mayores ingresos ha generado el banano, le sigue el mango, la piña y la uvilla su promedio de participación en términos de valor monetario en el periodo analizado es de 9,3%, 15%, 0,3% y 0,26% respectivamente.

Tabla 22: *Importaciones históricas de EE.UU por partida arancelaria (Ton.)*

	Mango			Banana			Piña			Uvilla		
	MUNDO	ECUADOR	%	MUNDO	ECUADOR	%	MUNDO	ECUADOR	%	MUNDO	ECUADOR	%
2016	464.793	56.319	12,12	4.596.810	850.849	18,51	1.076.517	3.140	0,29	16.760	28	0,17
2017	508.635	49.517	9,74	4.814.494	584.173	12,13	1.152.953	542	0,05	14.477	46	0,32
2018	500.467	52.540	10,50	4.778.232	669.900	14,02	1.164.941	917	0,08	12.984	17	0,13
2019	518.228	44.367	8,56	4.676.916	673.413	14,40	1.143.787	2.877	0,25	12.173	28	0,23
2020	573.751	53.066	9,25	4.671.410	675.219	14,45	1.099.102	7.452	0,68	13.116	17	0,13
Prom. Participación:			10,03			14,70			0,27			0,20

Fuente: ITC – TradeMap (* Cantidad TONS)

En términos de cantidad se denota que las variaciones de adquisición del mango, el banano y la piña fueron positivos, éste último con un incremento del 172% en participación con respecto al año 2019; por su parte la uvilla tuvo un decrecimiento en la participación del 0.1% a comparación del anterior año; el principal competidor en términos de volumen y calidad de uvilla (uchuva) es el vecino país de Colombia.

3.4.2.3 *Comparativo de precios con países de la región*

Tabla 23: *Importación en Tons. y participación en EE.UU.*

	Ecuador	%	Colombia	%	Perú	%
Mango	44.367	8,56%	1.795	0%	54.353	11,7%
Banana	676.916	14,40%	242.290	6%	82.577	2,1%
Piña	2.877	0,25%	280	0,2	31	0,0%
Uvilla	28	0,13%	800	10,10%	75	0,6%

Fuente: ITC – TradeMap (* Cantidad TONS)

Tabla 24: *Pago EE.UU. por tonelada*

	Ecuador	Colombia	Perú
Mango	$ 1.181	$ 1.305	$ 1.415
Banana	$ 531	$ 660	$ 642
Piña	$ 713	$ 616	$ 697
Uvilla	$ 12.294	$ 13.000	$ 9.013

Fuente: ITC – TradeMap (* Cantidad TONS)

En las tablas precedentes se hace la comparativa de las importaciones de Estados Unidos de frutos tropicales desde Ecuador, Perú y Colombia, tanto en toneladas, participación a nivel mundial y pago por tonelada. Esta comparativa es a razón de ser los países de la región con características productivas similares y competidores más cercanos para el Ecuador.

Ecuador fue para el 2020 entre los 3 países el mayor exportador de banano, con una representación del 68%, Colombia y Perú apenas el 24% y 8% respectivamente; así a nivel de proveedores mundiales de banano para Estados Unidos, Ecuador representó el 14,40%.

Con respecto a la piña, Ecuador abarca el mayor porcentaje de participación entre los 3 países pues su exportación tuvo una representación de cerca del 90%, Colombia el 9% y Perú apenas en 1%. En el caso de la uvilla (uchuva o Golden Berry), Colombia es por mucho el máximo exponente en exportación hacia el mercado norteamericano con una participación comparativa del 88%.

En el caso del Mango entre los 3 países Ecuador se posiciona segundo después de Perú con una participación de la cantidad total exportada por los 3 países hacia el mercado norteamericano de 44%, Perú con 54% y Colombia con apenas el 1%.

Al analizar la competitividad (precio pagado/cantidad exportada) de los frutos tropicales por los 3 países se denota que en el banano Ecuador ha optado en ganar mercado por volumen de exportación pues en comparación con Perú y Colombia el mercado Norteamérica paga menos por cada tonelada; $531, $660 y $642 para Ecuador, Colombia y Perú respectivamente. Realidad compartida por el mango, en donde por cada tonelada de exportación hacia EE.UU. este paga un promedio de $1181, a Colombia $1305 y a Perú $1415.

Con respecto a la piña Ecuador es el más competitivo entre los 3 no solo en cantidad sino también en precio, pues a diferencia de Colombia y Perú cuyo precio por tonelada fue de $616 y $697 respectivamente, Ecuador recibió un promedio de $713 por tonelada exportada.

Al analizar la uvilla y a pesar de que Colombia es el mayor exportador entre los 3 países, Ecuador tiene mucho potencial pues por cada tonelada EE.UU. paga $12294, apenas $6 por debajo de Colombia.

.

3.4.2.4 *Indicadores Macroeconómicos Estados Unidos*

Tabla 25: *Sistema Económico de Estados Unidos*

Principales sectores económicos	**Agricultura:** sectores clave (maíz, soya, res y algodón). **Industria**: manufactura de maquinaria, productos químicos, comida y automóviles. **Servicios:** finanzas, seguros, bienes raíces.
Líderes políticos	**Presidente:** Joe Biden (desde el 20 de enero de 2021) **Vicepresidenta**: Kamala Harris (desde el 20 de enero de 2021)
Forma de gobierno	Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.

Fuente: Adaptado de Santandertrade, 2021

Estados Unidos es una República Federal Constitucional constituido bajo un Estado de Derecho esto es normado bajo los poderes: ejecutivo, legislativo y judicial. En el escenario actual la política interna del país se encuentra muy polarizada debido a la transición de cambio de poder; pasando de Donald Trump hacia el ahora mandatario Joe Biden, con quien dentro del marco comercial se prevé mayores consensos internacionales.

Con respecto a los sectores productivos del país norteamericano hay una división marcada en tres sectores: la agricultura, la industria y los servicios. El sector agrícola representa el 0,9 % del PIB siendo sus productos destacados el maíz, soya, res y algodón dentro de este sector se concentra el 1,3 % del empleo; por su parte en el sector industrial aporta el 18,2% del PIB y emplea al 19,2% de la fuerza laboral; entre las industrias destacadas están la de maquinaria, automóviles, comida y productos químicos además destaca por ser líder en la industria aeroespacial y farmacéutica. La economía estadounidense se basa primordialmente en los servicios, pues el sector terciario contribuye con más de tres cuartos del PIB (77%) y emplea a más del 79,40% de la fuerza laboral del país, mismo que se encuentran principalmente en el sector de finanzas, seguros, bienes raíces, servicios educacionales, salud y asistencia social. (Santandertrade, 2021)

Tabla 26: *Indicadores económicos de Estados Unidos*

Capital/ Sede de gobierno	Washington, DC
Principales ciudades	New York, Los Ángeles, Chicago, Miami, Dallas, San Francisco.
Tasa de crecimiento poblacional anual (est. 2021)	0,7%
Moneda	Dólares Americanos ($ USD)
Población (2020)	334.998.398
Tasa de crecimiento poblacional anual (est. 2021)	0,7%
índice de GINI (2019)	0,48
Tasa de desempleo, % población activa (2019)	3,7
PIB (Billones USD, 2019)	21.43
PIB per cápita PPA (miles USD, 2019)	65,3
Crecimiento del PIB % anual (2019)	2,2%
Inflación, PIB % Anual (2019)	1,9%
Inflación, Precios al consumidor % Anual (2019)	1,8%
Ahorro Nacional Bruto (2017)	18,9 % del PIB
Puntuación índice de facilidad para hacer negocios (2020)	92,0
Riesgo país	153

Fuente: Adaptado de Banco Mundial & CIA World Factbook, 2021

Estados Unidos es considerado como el país con mayor consumo a nivel mundial lo cual lo hace un mercado target interesante para incursionar. Durante la pandemia del 2020 es el único país donde Ecuador incrementa sus exportaciones debido a que los productos ecuatorianos son más demandados y valorados por su diferenciador de calidad, comportamiento que va acorde a las tendencias globales de consumo más consciente.

Este país posee una extensión territorial de 9.834 millones km² posee cerca de 335 millones de habitantes con una tasa de crecimiento prevista para el 2021 del 0,7%, la desigualdad en el ingreso medida con el índice de GINI es de 0,48 y posee una tasa de desempleo reducida al 3,7% del total de la población económicamente activa. El Producto Interno Bruto (PIB) del país es el mejor a escala mundial 21.43 billones de dólares lo que se ve reflejado en la calidad de vida de sus habitantes siendo el PIB per cápita de 65,3 miles de dólares. De acuerdo a los datos actualizados del Banco Mundial el crecimiento del PIB para el 2019 fue de 2,2%; mientras la inflación del PIB y de los precios al consumidor se mantuvieron por debajo de los 2 puntos porcentuales, este último se redujo con respecto a los años 2018 y 2017 con 2,4% y 2,1% respectivamente.

De acuerdo a los datos actualizados al 2020 por el World Factbook de la Central Intelligence Agency (CIA); Estados Unidos posee la economía tecnológicamente más poderosa del mundo. Con respecto al panorama económico “en los EE. UU., los individuos privados y las empresas comerciales toman la mayoría de las decisiones, y los gobiernos federal y estatal compran los bienes y servicios necesarios principalmente en el mercado privado” (párr. 2). Por lo que las empresas comerciales estadounidenses disfrutan de una mayor flexibilidad comercial que otros mercados; es así que la puntuación en el índice de facilidad para hacer negocios es de 92,0 sobre una calificación máxima de 100 puntos, mientras su riesgo país es estable con una puntuación de 153.

Tabla 27: *Infraestructura vial de Estados Unidos*

Aeropuertos	13,513
Helipuertos	5287
Oleoductos	1.984.321 km de gas natural, 240.711 km de productos petrolíferos
Vías Férreas	293,564 km
Carreteras	6.586.610 km
Vías Fluviales	41.009 km
Puertos y terminales	743

Fuente: Adaptado de CIA World Factbook, 2021

Estados Unidos posee una extensa red vial que permite el intercambio nacional e internacional de forma multimodal.

Posee 13.513 aeropuertos, 5.287 helipuertos, 743 puertos y terminales marítimos, posee 2 redes de oleoductos, uno para transporte de gas natural y el otro para transporte de productos petrolíferos con una extensión de 1.984.321 km y el otro 240.711 km respectivamente; sus carreteras suman 6.586.610 km de longitud mientras sus vías férreas 293.564 km, así mismo cuenta con vías fluviales con una extensión de 41.009 km.

Tabla 28: *Desempeño Logístico de Estados Unidos*

	(1= baja a 5= alta)*
	2018
Competitividad y calidad de los servicios logísticos	**3,9**
Calidad de infraestructura relacionada con el comercio y el transporte	**4,1**
Eficiencia del despacho aduanero	**3,8**
Facilidad para coordinar embarques a precios competitivos	**3,5**

Fuente: Adaptado de Banco Mundial

El desempeño logístico del país tiene un puntaje promedio de 3,83 sobre la máxima de 5; se destaca principalmente en la calidad de infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, seguido por la competitividad y calidad de los servicios logísticos, la eficiencia del despacho aduanero, siendo la facilidad para coordinar embarques a precios competitivos el aspecto logístico menos competitivo con un 3,5 de calificación.

3.4.2.5 *Modelo de negociación con EE. UU*

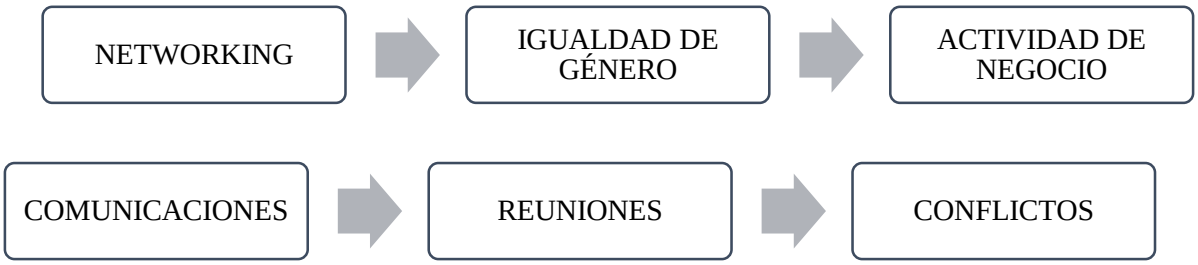


Figura 14: *Consideraciones en la negociación con EE.UU*
Fuente: Oficina Comercial de Ecuador en Miami

- Comunicación: Los estadounidenses aprecian una comunicación directa, al hacer negociaciones presenciales la comunicación no verbal es muy importante, mantener contacto visual durante las negociaciones. El inglés es el idioma oficial y el "regateo" es común durante las conversaciones.

- Reuniones: Las reuniones son acordadas con anterioridad, la puntualidad es muy valorada y se sigue la agenda con los puntos a tratas de forma estricta.
- Conflictos: Son resueltos a través de mutuo acuerdo, tratando de llegar a una solución en beneficio de las partes.
- Networking: Mantener una red de contactos tanto a nivel personal como profesional son considerados importante.
- Igualdad de género: Aspecto muy valorado por la sociedad estadounidense.
- Actividad de negocio: Los meses con menor actividad de negocio son: julio, agosto y diciembre.

3.4.2.6 *Acuerdos Comerciales Ecuador- EE. UU*

Figura 15: *Primera fase Acuerdo Comercial Ecuador-Estados Unidos*
Fuente: Elaboración propia adaptado de FEDEXPOR, 2020

Hasta diciembre del 2020 las exportaciones ecuatorianas lograban ingresar al mercado estadounidense por medio del Sistema Generalizado de Preferencias –SGP mismo que permitía el ingreso de más de 279 productos con preferencia arancelaria.

Según la Federación de Exportadores Ecuatoriano este arancel oscilaba del 3% al 18%, “hasta el 2018, cuando se renovó por última vez el mecanismo, el Ecuador era el octavo mayor beneficiario por valor de exportación” (Tapia, 2021, párr.3).

Desde el 2019 Ecuador se encuentra en negociaciones para retomar un Acuerdo Comercial con Estados Unidos con el objetivo de establecer un marco para un comercio más beneficios, fluido y seguro para las mipymes, para ello se deben modernizar procesos operativos, administrativos y reglamentarios que promuevan la relación comercial bilateral. Se espera profundizar esta relación en lo que va del año 2021.

3.4.3 Estrategias para ingresar a EE.UU.

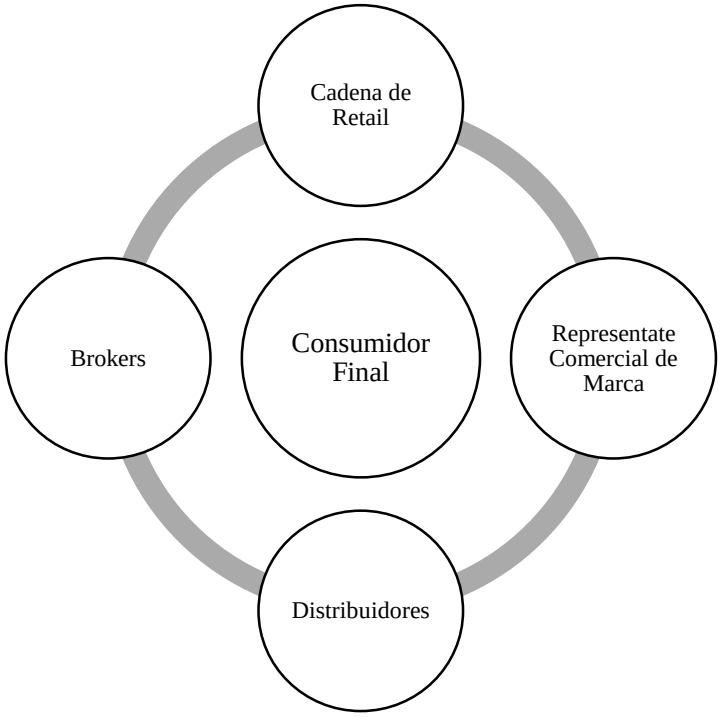


Figura 16: *Acceso al mercado EE.UU*
Fuente: Elaboración propia

- Retail: O comercio minorista, es el canal de acceso al mercado directo con el consumidor final, conlleva posicionar el bien directamente en las perchas de los supermercados.
- Representante comercial: Intermediario entre el fabricante y el distribuidor, se encarga de contactar y firmar acuerdos a nombre del productor o fabricante.

- Distribuidor: Compra directamente al fabricante y luego en destino se dedica a la reventa o distribución de productos.
- Broker: realiza la gestión de costos, logística y colocación del producto en el mercado internacional, Utilizado cuando la empresa exportadora no cuenta con una marca consolidada internacionalmente.

Para direccionarse por un canal de acceso al mercado estadounidense es necesario conocer la etapa en la que la empresa se encuentra. Además, para ingresar al mercado internacional es necesario identificar si se lo hará con marca blanca o propia; cuando se opta por marca blanca se debe buscar empresas posicionadas en el mercado, que busquen incrementar su categoría de productos o su número de proveedores, mientras que si se opta por marca propia se debe hacer el registro de marca en Estados Unidos por medio del USPTO (United States Patent and Trademark) que es el ente encargado de registrar marcas y patentes.

3.4.3.1 *Regulaciones*

Para precautelar la seguridad sanitaria y alimentaria de la población estadounidense, existe un ente de control general que establece regulaciones y requisitos para el ingreso de productos alimenticios y medicamentos, que es el Food and Drugs Administration- FDA.

Los requisitos para el ingreso de alimentos al mercado estadounidense son:

- Certificado de origen
- Certificado sanitario (Alimentos frescos)
- Registro FDA (Food & Drugs Administration) y etiquetado
- DUNS numbers

3.4.3.2 *Certificaciones*

Figura 17: *Certificaciones en el Mercado estadounidense*
Fuente: Google imágenes

Para ingresar al mercado estadounidense con las frutas deshidratadas o parcialmente deshidratadas se requiere contar con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) como primordial; ya dependerá de las exigencias del cliente el contar con otras certificaciones como:

- HACCP: Certificación que un producto alimenticio es seguro para su consumo a través de la identificación, análisis y control de los peligros físicos, químicos y biológicos desde la elaboración hasta la distribución y consumo.
- GLOBAL GAP: Certificación internacional que garantiza que los alimentos alcanzan niveles aceptables de seguridad, calidad y producción sustentable.
- FAIR TRADE: Certificación internacional de comercio justo, permite a los productores recibir un precio justo por sus productos, reduciendo la cadena de intermediación en la comercialización.

3.4.3.3 *Determinación de Mercado Objetivo*

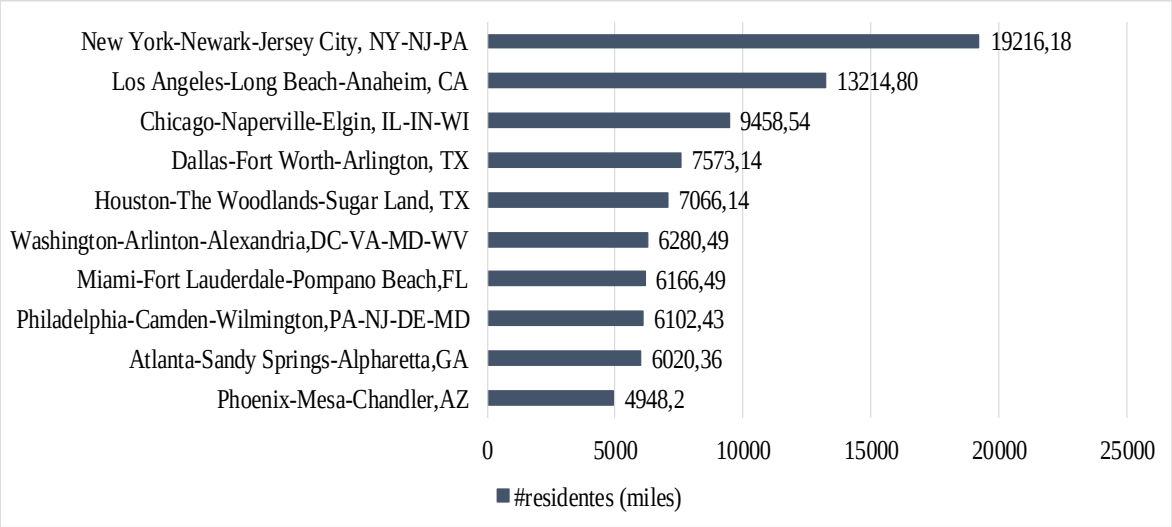


Figura 18: *Población de las áreas metropolitanas más grandes de EE.UU. 2019 el miles*
Fuente: Adaptado del US Census Bureau, 2019

Las ciudades y Estados norteamericanas que poseen mayor densidad poblacional son Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Miami y el área de Texas, estas cinco localidades son la puerta de entrada de casi el 70% de los productos que importa Estados Unidos por los diferentes puertos.

Figura 19: *Concentración de población latina*
Fuente: Oficina de censo de Estados Unidos

Entre las barreras comerciales no arancelarias que debe enfrentar todo exportador con intensión de comercializar un bien o servicio en el extranjero son la cultura y el idioma. Por ello se analizarán las ciudades estadounidenses con mayor concentración de comunidad latina, pues este segmento de mercado tiene mayor predisposición al momento de adquirir un bien latinoamericano.

Tabla 29: *Ciudades de Mayor concentración latina en Estados Unidos*

Ciudad	Población	Concentración Latina
Los Ángeles, California	13.353.907	45,20%
Riverside - San Bernardino, California	4.580.670	51,50%
San Francisco, California	4.727.357	21,90%
Houston, Texas	6.892.427	37,60%
Dallas,Texas	7.400.479	28,90%
San Antonio, Texas	2.473.974	55,40%
Nueva York y Nueva Jersey	20.320.876	24,60%
Chicago, Illinois	9.533.895	22,30%
Miami, Florida	2.751.769	68,60%
Phoenix,Arizona	4.737.270	31%

Fuente: Adaptado de BBC News, 2019

De las ciudades enlistadas destacan: Miami en California con una concentración hispana del 68,6%, le sigue San Antonio en Texas con el 55,4% y Riverside – San Bernardino California con el 51,5%.

3.4.3.3.1 Estado de Florida

Tabla 30: *Datos económicos Estado de Florida*

Nombre oficial	Estado de Florida
Capital	Tallahassee
Superficie	* 140.093 km2 de terreno * 11.577 km2 de extensión de aguas dentro de su territorio
PIB (2018)	1.036.323,2 millones USD
PIB per cápita (2018)	$43.052 USD
Población	21.299.325
PEA	10.245.500
Tasa de desempleo	3,50%

Fuente: Adaptado de ICEX, 2019

De acuerdo al ICEX en su ficha técnica de Florida, este Estado es conocido como la cuarta potencia económica de Estados Unidos y representa cerca del 5% del PIB nacional, una población económicamente activa de 10345500 y una tasa de desempleo de 3,50% que se encuentra dos décimas por debajo de la media nacional (pp. 8-14).

Tabla 31: *Generalidades Estado de Florida*

Distribución Sectorial del PIB	-Manufactura -Gobierno -Bienes,alquiler y renta -Comercio al por mayor -Comercio al por menor
Situación Geográfica	El estado linda al norte con Georgia y Alabama, y está rodeado por el Océano Atlántico al este y el Golfo de México al oeste.
Población	Florida tiene una tasa de crecimiento superior a la tasa media de EE. UU. La población en Florida presenta una edad media más elevada que en el resto del territorio.

Fuente: Adaptado de ICEX, 2019

Florida es reconocida por ser la puerta de entrada a Latinoamérica y el Caribe. En 2019 mercancías valoradas en $153600 millones USD pasaron por los puertos y aeropuertos de Florida. Es así que Florida representa el 29% del total del comercio entre EE.UU. con Latinoamérica y el Caribe.

Tabla 32: *Variables demográficas de Florida*

	Florida	***EE.UU.***
Población total (2018)	21.299.325	327.167.434
Población por debajo de los 5 años	5,4%	6,1%
Población por debajo de los 18 años	20,0%	22,6%
Personas mayores de 65 años	20,1%	15,6%
Porcentaje de población femenina	51,1%	50,8%
Porcentaje de población masculina	48,9%	49,2%

Fuente: ICEX, 2019

Florida sigue patrones similares en población con respecto a la situación poblacional general del país. Se destaca un amplio porcentaje de población dentro del rango de edad de población económicamente activa.

Tabla 33: *Principales núcleos urbanos*

Condado	*Número de habitantes*	*Áreas Metropolitanas*	*Número de Habitantes*	*Variación 2010-2017*
Duval (Jacksonville)	950.181	Gran Jacksonville	1.504.980	8,3%
Miami	2.761.581	Área del Sur de Florida	6.158.824	15,6%
Hillsborough (Tampa)	1.436.888	Área de la Bahía de Tampa	3.068.511	14,5%
Orange (Orlando)	1.380.645	Gran Orlando	2.818.120	17,2%

Fuente: ICEX, 2019

Miami el condado con mayor número de habitantes dentro del Estado, es conocida como la capital de Latinoamérica, el 69% de la población es de origen hispano y su crecimiento poblacional es el más elevado dentro del Estado de Florida.

3.4.3.3.2 Condado de Miami

Figura 20: *Mapa de Miami*
Fuente: Google imágenes

Ubicada en el sureste de Florida y cercana al océano Atlántico, presenta un comportamiento económico y cultural interesante, que beneficia las actuales transacciones comerciales; las Naciones Unidas han calculado que "la ciudad del sol" es la novena metrópolis más grande de Estados Unidos después de Boston, San Francisco y Dallas.

Este complejo urbano posee numerosas oficinas centrales, entidades bancarias y multinacionales. En el plano comercial, la ciudad del sol es una de las más movidas en el campo de los negocios; hoy se ha convertido en un puerto importante para el despacho y recibo de mercancías, lo que ha beneficiado en gran parte a los exportadores y distribuidores.

Brasil y Colombia destacan en la lista de socios comerciales más fuertes; seguidos de China, Costa Rica, Chile, Japón, Venezuela, República Dominicana y Honduras. Más de 85 mil millones de dólares se registran cada día en el transporte y comercialización de productos tales como materias primas, tecnologías, productos eléctricos, maquinaria, vestuario, insumos industriales, entre otros.

Se estima que el dinero que ingresa anualmente por los canales portuarios y aéreos, proviene en gran parte de las economías emergentes de Latinoamérica como Brasil, Argentina, Chile y de exportaciones que se realizan desde Estados Unidos hacia Centro América y El Caribe (iwttrading, 2017).

El aeropuerto de Miami ocupa el primer lugar en carga internacional en Estados Unidos y el tercero con respecto a la línea comercial de pasajeros. El puerto de Miami mueve casi 10 millones de toneladas de carga y más de 1 millón de TEUs al año, y el conocido como el "Cargo Gateway of the Americas", El puerto de Everglades se encuentra al norte de Miami en Fort Louderdale y es uno de los más importantes del país tanto para el ingreso y salida de carga.

3.5 ESTUDIO TÉCNICO

En el siguiente apartado se detalla la fase productiva de Agroindustrias Carchi para los frutos deshidratados, se esquematiza a manera de fichas las instalaciones y el manejo productivo de la empresa, el cual se encuentra parametrizado por los mínimos requerimientos de calidad que exige el mercado estadounidense, del mismo modo se detalla el manejo de e-commerce.

En términos técnicos de comercio exterior se especifica la clasificación arancelaria identificada en el Arancel Nacional de Importaciones conforme a la sexta enmienda, se realiza el cruce de subpartida con el arancel estadounidense y se identifican las tarifas arancelarias para cada producto. Además, se detallan los permisos y requisitos exigidos, se plasma un breve estudio de la competencia Retail de productos similares en Estados Unidos, se estudian los canales de distribución y se plantea la sugerencia de presentación para el mercado estadounidense.

Es aquí donde se estudia la oferta y la demanda, se establecen proyecciones y se determina la demanda insatisfecha con el mercado meta a cubrir, en conformidad a lo determinado se hace un estudio de logística internacional, se analiza la micro exportación y la exportación vía marítima con el estudio de cubicaje, costos por Incoterms, se plantea el término de negociación conveniente y se procede al estudio financiero en el cual se establecen los principales indicadores del proyecto.

3.5.1 Procesamiento de frutos deshidratados

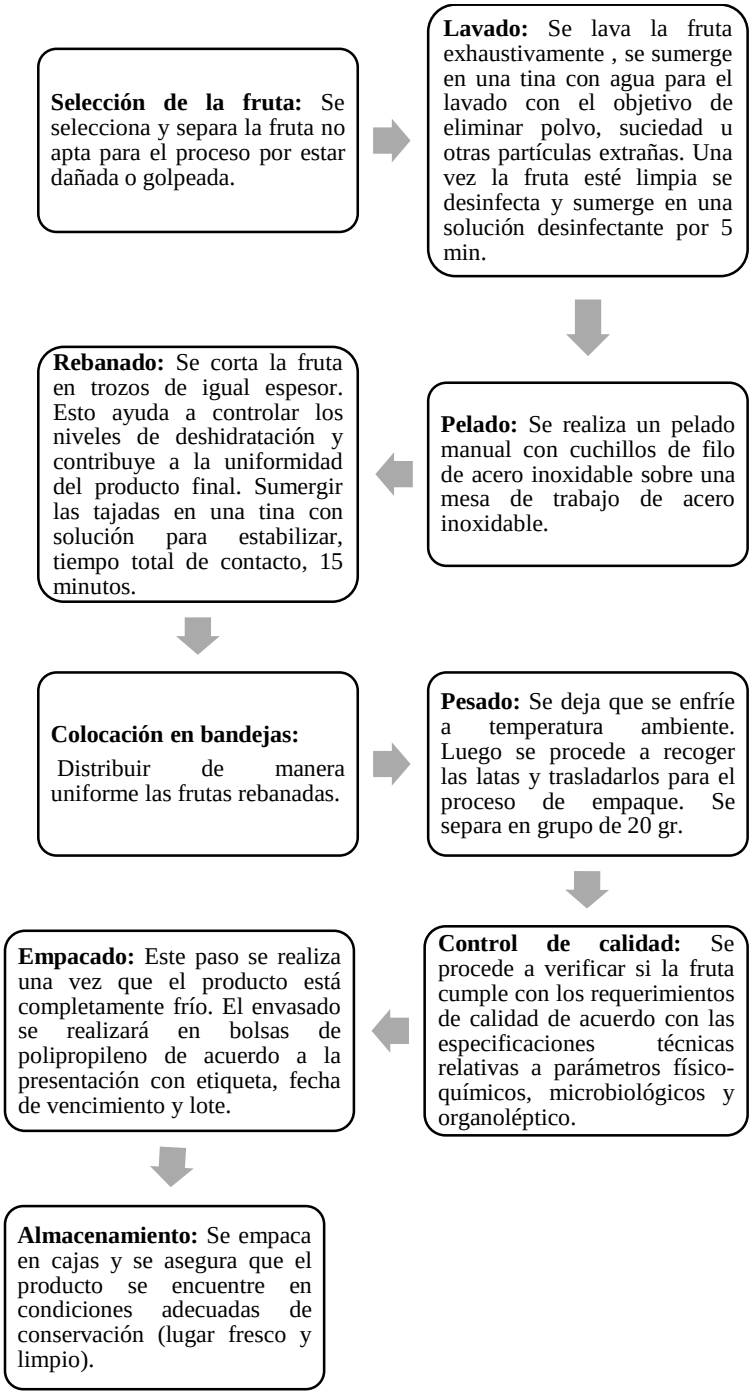


Figura 21: *Proceso técnico para la obtención de frutos deshidratados*
Fuente: Datos primarios investigación

3.5.2 Análisis instalaciones de Agroindustrias Carchi

Tabla 34: *Instalaciones Agroindustrias Carchi*

	
Área de Producción	1500 m2
Instalaciones	4 plantas para tratar la fruta por etapas
Maquinaria y equipamiento	- 2 Deshidratadoras - 1 Freidora - 1 Caldero - 2 Centrifugadoras - 1 Lavadora - 1 Secadora - Troceadores - Procesadores de alimentos industriales - Marmitas a vapor - Molinos - 2 hornos
Variedad productiva	**3 líneas de producción:** Frutos deshidratados, frutas pasas y frituras. **DESHIDRATADOS:** Promedio de 20 frutas y vegetales **FRUTAS PASAS:** Promedio de 10 frutas **FRITURAS:** Papas fritas
Capacidad productiva mensual	**DESHIDRATADOS:** 6000 kilos **FRUTAS PASAS**: 13000 kilos **FRITURAS:** 2080 Kilos

Fuente: Datos primarios de la investigación (Formulario 001 y 002) *Anexos

Agroindustrias Carchi cuenta con amplias instalaciones para sus 3 líneas de producción (las frutas y vegetales deshidratados, las frutas pasas o parcialmente deshidratadas con azúcar añadida y la línea de frituras o chips), un área de producción de 1500 m^2 con 4 plantas para poder tratar la fruta por etapas, a pesar de contar con la infraestructura necesaria se requiere mejora en las instalaciones.

La empresa cuenta con la maquinaria y equipamiento indispensables para el desarrollo de la actividad económica. La producción de la empresa es muy diversificada, pero bajo parámetros productivos específicos cuenta con una capacidad productiva mensual estimada de 6000 kilos en deshidratados, 13000 kilos en frutas pasas y 2080 en frituras.

3.5.3 Análisis del perfil competitivo

Tabla 35: *Manejo productivo de Agroindustrias Carchi*

Registros Sanitarios	8 registros sanitarios para diferentes productos y presentaciones
Asepsia en el proceso productivo	Tiene POES y se encuentra en proceso de implementación manejo de las 9s de organización, orden y limpieza.
Manuales y procesos de producción	Posee manuales y procesos de producción para sus 3 líneas y sigue protocolos de calidad.
Tratamiento de desechos	Maneja un itinerario establecido en horas para la eliminación de desechos.
Cuadros de asignación de personal y funciones	Máximo de 25 trabajadores sin especificaciones de asignación concreta.
Pictogramas de seguridad	Implementados pero no en su totalidad
Calidad	Inspección constante de temperatura y tiempos.

Fuente: Datos primarios de la investigación (Formulario 001 y 002) *Anexos

Agroindustrias Carchi es considerada como pequeña empresa y cuenta con 8 certificaciones para sus diferentes líneas y presentaciones de productos, cuenta además con toda la documentación necesaria (manuales y procesos) de producción, limpieza, desinfección y manejo de desechos, requeridos para la obtención de BPMs (Buenas Prácticas de Manufactura) pero para concretar la certificación requiere de inversión para la acomodación de la planta.

En términos de competitividad es una empresa con oferta productiva muy variada y cuya producción puede ser implementada en otras líneas productivas como: granolas, barras energéticas, chocolatinas, infusiones de té, verduras deshidratadas para la industria de enlatados, sazonadores, entre otros; en todas estas líneas productivas ha participado como proveedor de insumos.

3.5.3.1 *Manejo de e-commerce*

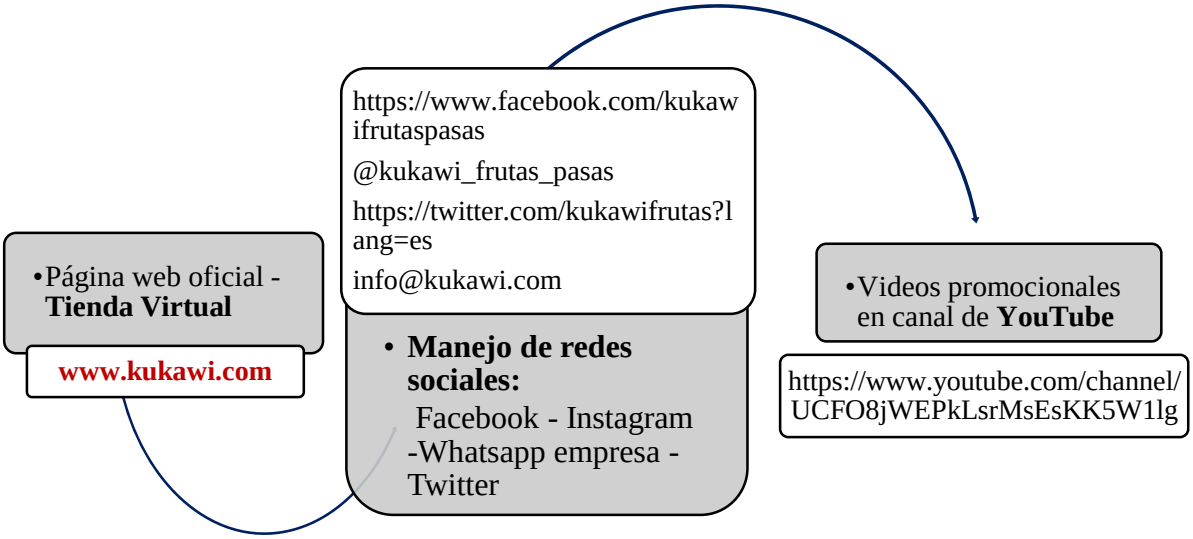


Figura 22: *E-commerce de Agroindustrias Carchi*
Fuente: Investigación propia

Agroindustrias Carchi se está posicionando fuertemente con su marca comercial Kukawi en todas las redes sociales con creación de contenido y constantes actualizaciones de información y promociones, todas las redes sociales en las que se encuentra articulan a su tienda virtual en la cual están detalladas las diferentes líneas que maneja, la variedad productiva y sus precios, además la tienda virtual cuenta con un diferenciador que es la generación de contenido por medio de su blog. La empresa hace énfasis en la promoción audio visual con producción propia para ofertar sus productos.

Figura 23: *Kukawi tienda virtual*
Fuente: www.kukawi.com

3.5.3.2 *Experiencia en el mercado*

Agroindustrias Carchi tiene 20 años de experiencia en el mercado Nacional mediante su canal de ventas físico y virtual. Ha llegado con sus productos por medio de venta al detalle en islas o exhibidores de centros comerciales en las ciudades de Quito e Ibarra; venta a granel para diferentes empresas públicas y privadas. La empresa ha logrado exportar de forma indirecta siendo proveedor de insumos. En el 2018 sus deshidratados de piña orgánica llegaron al mercado de Suiza y Alemania, en 2016 sus uvillas deshidratadas fueron empleadas en la fabricación de bombones rellenos para la empresa chocolatera República del Cacao con destino al mercado alemán.

3.5.3.3 *Clasificación arancelaria de los productos*

Tabla 36: *Clasificación mango deshidratado*

SECCIÓN	II	Productos del reino vegetal
CAPÍTULO	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandía
PARTIDA ARANCELARIA	0804	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
SUBPARTIDA ARANCELARIA	0804.50.20	Guayabas, mangos y mangostanes
SUBPARTIDA NACIONAL	**0804.50.20.10**	**Mangos**

Fuente: Arancel Nacional 6ta enmienda

Tabla 37: *Clasificación banano deshidratado*

SECCIÓN	II	Productos del reino vegetal
CAPÍTULO	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandía
PARTIDA ARANCELARIA	0803	Bananas, incluídos los plátanos «plantains», frescos o secos.
SUBPARTIDA ARANCELARIA	0803.90	Los demás
SUBPARTIDA NACIONAL	**0803.90.20.00**	**Secos**

Fuente: Arancel Nacional 6ta enmienda

Tabla 38: *Clasificación piña deshidratada*

SECCIÓN	II	Productos del reino vegetal
CAPÍTULO	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandía
PARTIDA ARANCELARIA	0804	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandía
SUBPARTIDA ARANCELARIA	-	-
SUBPARTIDA NACIONAL	**0804.30.00.00**	**Piñas**

Fuente: Arancel Nacional 6ta enmienda

Tabla 39: *Clasificación uvilla deshidratada*

SECCIÓN	II	Productos del reino vegetal
CAPÍTULO	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandía
PARTIDA ARANCELARIA	0813	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
SUBPARTIDA ARANCELARIA	0813.40.00	Las demás frutas u otros frutos
SUBPARTIDA NACIONAL	**0813.40.00.10**	**Uvilla**

Fuente: Arancel Nacional 6ta enmienda

3.5.3.4 *Restricción arancelaria en Estados Unidos*

Tabla 40: *Tarifas arancelarias mercado estadounidense*

Subpartida Internacional	*Designación internacional de la mercancía*	*Subpartida EE.UU.*	*Designación local de la mercancía*	*Tarifa Arancelaria*	
				Ad Valorem	**Específico**
0804.50	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	**0804.50.80**	Guayabas , mangos y mangostanes, secos	0,14%	1,5 ctvs/ kg
0803.90	Los demás bananos, frescos o secos.	**0803.10.20**	Bananas, secas	1,40%	
0804.30	Piñas, frescas o secas.	**0804.30.60**	Piña fresca o seca, reducida en tamaño	0,15%	0.44 ctvs/kg
0813.40	Los demás frutas u otros frutos, frescos o secos.	**0813.40.20**	Bayas excepto agracejos, secos	0,06%	1,4 ctvs/ kg

Fuente: Adaptado de (Global Trade Helpdesk, 2020); (ITC, 2020)

Para determinar el arancel que grava el país destino es necesario hacer un cruce de subpartidas para una información más específica, gracias al conglomerado de información brindado por el Centro de Comercio Internacional (CCI), Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (CNUCD) y la Organización Mundial de Comercio (OMC) a través de su plataforma Global Trade Helpdesk se determina que Estados Unidos tiene restricciones arancelarias para las 4 subpartidas arancelarias bajo la normativa NMF (Nación más Favorecida). En el caso del mango deshidratado es de tipo mixto (0,14% Ad-valorem y 1,5 ctvs./kg), las bananas deshidratadas gravan un Ad-valorem de 1,4% la piña deshidratada tiene un arancel mixto (0,15% Ad-valorem y 0,44 ctvs./kg), del mismo modo las uvillas (Golden berries) 0,06% de Ad-Valorem y 1,4 ctvs./kg.

3.5.3.5 *Permisos y requisitos generales*

- Registro ante el Food & Drugs Administration (FDA)
- Permiso de importación requerido
- Producto sujeto a inspección en la aduana de ingreso
- Los principales certificados que exige el mercado estadounidense son: Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), HACCP y en lo posible obtener certificaciones orgánicas y de comercio justo pues son muy valorados.
- El PPB (Processed Products Branch) del USDA se encarga de verificar los distintos grados de calidad de un producto. (Equipo OCE Nueva York, 2018 p.4)

3.5.3.6 *Competencia en mercado EE.UU.*

Tabla 41: *Competencia Retail en EE.UU.*

NOMBRE	IMAGEN	INGREDIENTES	PRESENTACIÓN	PRECIOS
Patience Fruit & Co Organic Whole Dried Mixed Berries		-Arándano -Uvilla - bayas silvestres - cerezas ácidas	4 oz (113g)	**$18,32**
Sunmaid Fruit Bits		- Pasas negras -Pasas verdes - Manzana - Aràndano - Durazno	7.02 oz (198g)	**$5,38**
Great Value Dried Tropical Fruit Mix		- Mixtura de pasas - Piña - Banana - Papaya - Coco	10 oz (248 g)	**$2,28**
Sunkist Pineapple Coconut Premium Fruit & Nut Trail Mix		- Piña - Arándano - Almendra - Papaya - Nuez brasileña - Coco	5 oz (142 g)	**$3,48**

Fuente: Investigación (Walmart USA)

Entre los actores clave de esta industria se encuentran: Sunbeam Foods, Sun-Maid Growers of California, Al Foah, Bergin Fruit and Nut Company, Angas Park, Murray River Organics Gr, Red River Foods, Geobres, Kiantama Oy, Traina Foods y Sunsweet. Tanto los grandes como los pequeños están introduciendo productos innovadores y ampliando su cartera para atraer a los consumidores. (GrandViewResearch, 2020)

3.5.3.7 *Canal de distribución*

Llegar directamente a la cadena de Retail es complicado porque se debe tener músculo financiero, manejar volúmenes y disponibilidad para la demanda de esa cadena.

- Agente o Bróker: Manejarse por bróker, que maneja directamente las cantidades de exportación y precios con el cliente final, es una de las formas en la que más se trabaja con respecto a las pequeñas empresas ecuatorianas que quieren abrirse paso en el mercado estadounidense.
- Piggyback: Este tipo de exportación es indirecta, la menos riesgosa y así mismo menos rentable. Se establece un acuerdo con otra empresa local (ecuatoriana) que tenga una estructura y red internacional establecida y con experiencia en el mercado meta (Estados Unidos); a cambio la empresa recibe el pago de comisión.
- Exportador – Distribuidor: Esta es una cadena más corta para llegar al Retail y finalmente al consumidor final; el distribuidor compra directamente del exportador y así asume la propiedad del producto. El beneficio de un distribuido es que posee una mayor cobertura del mercado y es una estrategia funcional para las empresas que no disponen de una red de distribución en el país objetivo.

Agroindustrias Carchi ya ha exportado de forma indirecta parecido a la estrategia de Piggyback. La opción más rentable es contactar una empresa distribuidora, se evita el pago de comisión a agentes y se puede tener una participación más directa en el mercado estadounidense.

3.5.3.7.1 Empresa distribuidora en EE.UU.

Figura 24: *Empresa distribuidora en EE.UU.*
Fuente: Google imágenes

Sid Wainer & Son se dedica a obtener alimentos especializados de granja y elaboraciones artesanales con poder de abastecimiento local e internacional. De acuerdo a un estudio de la CEPAL en el año 2015 sobre la venta de productos importados en Estados Unidos, la empresa "Sid Wainer & Son" es un distribuidor estadounidense a nivel nacional e internacional de productos de especialidad y alimentos. Los clientes a los que suministra son: líneas aéreas y cruceros, hoteles, restaurantes, empresas de catering y en general minoristas de todo el país (p.18).

3.5.3.7.2 Presentación actual del producto

Figura 25: *Kukawi al detalle y granel*
Fuente: www.kukawi.com

Para que una empresa pueda poner sus productos en la percha de los supermercados estadounidenses conservando su marca, se requiere un desarrollo de branding enfocado en los gustos, tendencias y estilo de vida de los consumidores norteamericanos, además es necesario hacer un previo registro de marca en el país destino lo que requiere de capital y experiencia.

Se plantea una estrategia de ingreso estilo Bulk o granel para que una vez en el país destinos a manos del distribuidor (una empresa especializada local) sea embalado y reprocesado ya con el etiquetado, certificaciones de importación y otros requerimientos de sanidad requeridos por las autoridades de aduana Norteamérica.

Esta empresa importadora cumplirá entonces con la función de distribución de los frutos deshidratados a otras empresas procesadoras de alimentos para que sean re-empaquetados en diferentes gramajes o mezclados con otros ingredientes de la industria alimenticia para producir granolas, barras energéticas u otros snacks de tipo saludable; o en su defecto directamente a supermercados conocidos como Retailers.

3.5.3.7.3 Presentación sugerida del producto

Para la venta a granel en el mercado estadounidense se debe analizar la presentación de venta a granel para los frutos secos deshidratados con azúcar añadida.

Figura 26: *Presentación frutos deshidratados dulces tipo Bulk*
Fuente: Amazon USA

Nutrition Facts		
Serving Size 100 g		
Amount Per Serving		
Calories 519		Calories from Fat 289
		% Daily Values*
Total Fat 34g		**52%**
Saturated Fat 29g		**145%**
Trans Fat 0g		
Cholesterol 0mg		**0%**
Sodium 6mg		**0%**
Total Carbohydrate 58g		**19%**
Dietary Fiber 8g		**32%**
Sugars 35g		
Protein 2g		**4%**
Vitamin A 2%	•	Vitamin C 11%
Calcium 2%	•	Iron 7%

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2400mg	2400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Figura 27: *Contenido nutricional*
Fuente: Amazon USA

De acuerdo a los canales de venta digital como Amazon, la presentación más grande a granel de este producto es de 5 lb (2,3 Kg). El precio de venta para el banano semi deshidratado con adición de azúcar es de $25 para esta presentación, es decir cerca de $11 por cada Kilo.

3.5.4 Estudio de la Demanda

Tabla 42: *Variación de la demanda de EE.UU. por producto (2016-2020)*

** miles de TONS*

año	Mango	Variación Anual	% Var.	Banano	Variación Anual	% Var.	Piña	Variación Anual	% Var.	Uvilla	Variación Anual	% Var.
2016	465	-	-	4.597	-	-	1.077	-	-	17	-	-
2017	509	44	9,46	4.815	218	4,74	1.153	76	7,06	15	-2	-11,76
2018	500	-9	-1,77	4.778	-37	-0,77	1.165	12	1,04	13	-2	-13,33
2019	518	18	3,60	4.677	-101	-2,11	1.144	-21	-1,80	12	-1	-7,69
2020	574	56	10,81	4.671	-6	-0,13	1.099	-45	-3,93	13	1	8,33

Fuente: Investigación propia (Datos TradeMap)

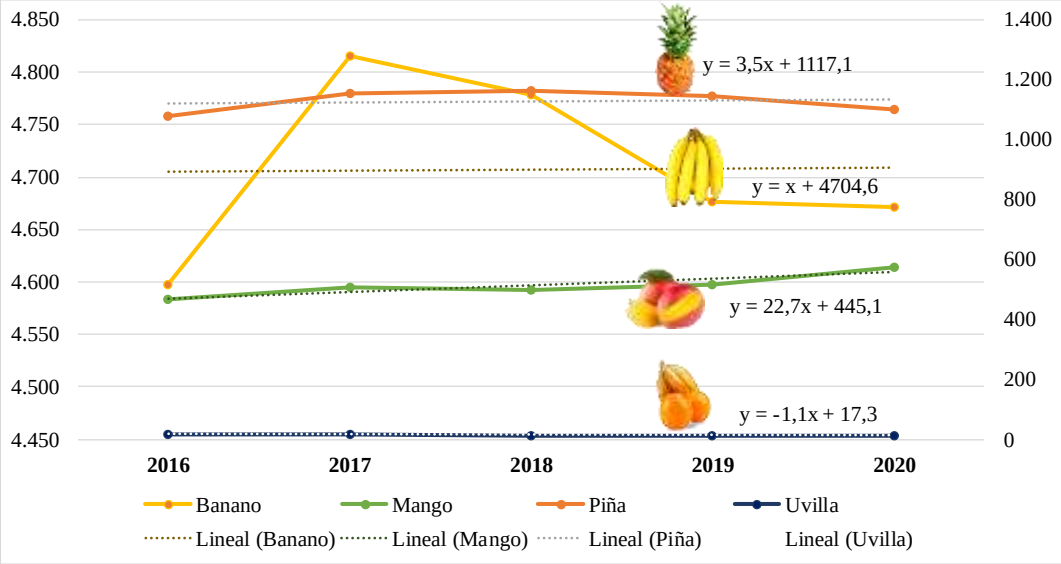


Figura 28: *Comportamiento de la demanda en EE.UU. por producto (* miles Tons)*
Fuente: Elaboración propia

El mercado estadounidense muestra una tendencia positiva de consumo en las 4 frutas tropicales de estudio. Los datos de las subpartidas representan al fruto tanto en su presentación fresca como seca por lo que para una estimación real deberá aislarse un porcentaje que represente la línea de frutas tropicales deshidratadas.

En la gráfica de tendencias se empleó 2 escalas para poder representar gráficamente con distinción de picos pues el banano es el producto con mayor demanda por el mercado estadounidense, la cantidad demandada de piña representa menos del 25% de la del banano la del mango el 12% y la uvilla apenas el 0,3%.

Las últimas variaciones en demanda del 2019 al 2020 posicionan al mango como el producto con mayor crecimiento (10,81%), le sigue la uvilla (1%) mientras que el banano y la piña mostraron una variación negativa dentro del mercado estadounidense con -6% y -0,13% respectivamente.

3.5.5 Proyección de la demanda

Con los datos históricos de la demanda por toneladas se puede proyectar un estimado para el 2021 de acuerdo al comportamiento de los datos.

Tabla 43: *Demanda EE.UU. para 2021*

** miles de TONS*

año	Mango	Banano	Piña	Uvilla
2016	465	4.597	1.077	17
2017	509	4.815	1.153	15
2018	500	4.778	1.165	13
2019	518	4.677	1.144	12
2020	574	4.671	1.099	13
2021	**581**	**4711**	**1138**	**11**
2022	**604**	**4712**	**1142**	**10**
2023	**627**	**4713**	**1145**	**9**
2024	**649**	**4714**	**1149**	**7**
2025	**672**	**4715**	**1152**	**6**

Fuente: Investigación propia (Datos TradeMap)

Aplicando la fórmula de proyección lineal se estima la demanda en unidades para los próximos 5 años, el mango se proyecta con el mayor crecimiento, le sigue la piña y el banano, la uvilla muestra una tendencia a la baja en conformidad con la exportación de los 5 años precedentes en donde se ve una relativa gran exportación en 2016 que se merma en los años siguientes, sin embargo, es un producto que va ganando reconocimiento y su demanda es cada vez mayor. Para la cantidad que importaría EE.UU. para el 2021 se tiene una estimación en la variación del 1,27% para el mango, del 0,85% para el banano del 3,56% para la piña y un -17,69% para la uvilla.

Como consideración se tiene que las subpartidas analizadas corresponden a las frutas en estado fresco o seco por lo que en base a los datos secundarios de consumo se estima que el 10% del valor proyectado para el 2021 es la demanda estadounidense real para los frutos tropicales deshidratados analizados. Así el mango deshidratado total a importar será de 58000 toneladas, 471000 toneladas para el banano, 114000 toneladas para la piña y 1000 toneladas en uvilla.

3.5.6 Estudio de la Oferta

Tabla 44: *Variación de la oferta de Ecuador hacia EE.UU. por producto (2016-2020)*

** miles de TONS*

año	Mango	Variación Anual	% Var.	Banano	Variación Anual	% Var.	Piña	Variación Anual	% Var.	Uvilla	Variación Anual	% Var.
2016	56	-	-	851	-	-	3	-	-	0,03	-	-
2017	50	-6	-10,71	584	-267	-31,37	0,54	-2,46	-82,00	0,05	0,02	66,67
2018	53	3	6,00	670	86	14,73	0,92	0,38	70,37	0,02	-0,03	-60,00
2019	44	-9	-16,98	673	3	0,45	3	2,08	226,09	0,03	0,01	50,00
2020	53	9	20,45	675	2	0,30	7	4,00	133,33	0,02	-0,01	-33,33

Fuente: Investigación propia (Datos TradeMap)

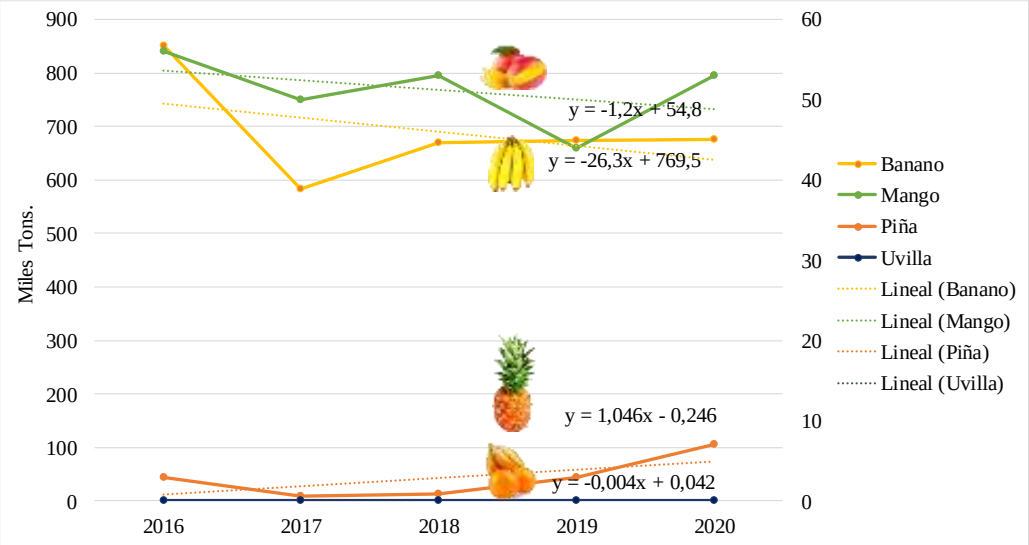


Figura 29: *Comportamiento de la oferta de Ecuador por producto (* miles Tons)*
Fuente: Elaboración propia

En la oferta ecuatoriana de frutas tropicales hacia Estados Unidos se denota una variación positiva general del año 2019 al 2020; la piña es la que más destaca con una variación de más del 130% lo que implica que hubo una mayor preferencia por la piña ecuatoriana en el mercado norteamericano, a pesar de que en términos de volumen la demanda disminuyó. El producto que destaca en cantidad de exportación es el Banano con 675000 toneladas en 2020, la cantidad de mango representa el 8% de la del banano, la piña el representó el 1%, y la uvilla que es el producto con menor representación en cantidad exportada representó el 0,003%.

3.5.7 Proyección de la oferta

Con los datos históricos de la oferta por toneladas se puede proyectar un estimado para los próximos 5 años de acuerdo al comportamiento de los datos.

Tabla 45: *Oferta exportable ecuatoriana para 2021*

** miles de TONS*

año	Mango	Banano	Piña	Uvilla
2016	56	851	3	0,030
2017	50	584	1	0,050
2018	53	670	1	0,020
2019	44	673	3	0,030
2020	53	675	7	0,020
2021	**51**	**660**	**6**	**0,018**
2022	**50**	**641**	**7**	**0,014**
2023	**49**	**623**	**8**	**0,010**
2024	**48**	**605**	**9**	**0,006**
2025	**46**	**587**	**10**	**0,002**

Fuente: Investigación propia (Datos TradeMap)

Se estima una ligera disminución en la exportación de frutas tropicales ecuatorianos debido a la tendencia en el histórico de datos. Se plantea una oferta de 660000 toneladas de banano, 51000 toneladas de mango, 7000 de piña y 18 de uvilla para el 2021. Se estima que para los años subsiguientes la oferta exportable del mango, banano y sobretodo uvilla se vea disminuido, mientras la piña se muestra creciente. Como consideración se tiene que las subpartidas analizadas corresponden a las frutas en estado fresco o seco por lo que en base a los datos secundarios de consumo se estima que el 10% del valor proyectado para el 2021 es la oferta exportable ecuatoriana real para los frutos tropicales deshidratados analizados. Así la oferta del mango deshidratado sería de 5000 toneladas, 66000 toneladas para el banano, 1000 toneladas para la piña y 2 toneladas en uvilla.

3.5.8 Cobertura nacional demanda insatisfecha

Tabla 46: *Comparativo Oferta- demanda 2021-2025*

	2021			2222			2023			2024			2025		
	Est. demanda EE.UU	Est. oferta EC	% de Particip.	Est. demanda EE.UU	Est. oferta EC	% de Particip.	Est. demanda EE.UU	Est. oferta EC	% de Particip.	Est. demanda EE.UU	Est. oferta EC	% de Particip.	Est. demanda EE.UU	Est. oferta EC	% de Particip.
Mango desh.	58130	5120	8,81%	60400	5000	8,28%	62670	4880	7,79%	64940	4760	7,33%	67210	4640	6,90%
Banano desh.	471060	65970	14,00%	471160	64140	13,61%	471260	62310	13,22%	471360	60480	12,83%	471460	58650	12,44%
Piña desh.	113810	603	0,53%	114160	708	0,62%	114510	812	0,71%	114860	917	0,80%	115210	1021	0,89%
Uvilla desh.	1070	2	0,19%	960	2	0,16%	850	1,5	0,18%	740	0,6	0,08%	630	0,2	0,03%
TOTAL	**644070**	**71695**	**11,13%**	**646680**	**69850**	**10,80%**	**649290**	**68004**	**10,47%**	**651900**	**66158**	**10,15%**	**654510**	**64311**	**9,83%**

Fuente: Datos investigación propia

La estimación de la demanda anual total estadounidense es de 644070 toneladas en los 4 tipos de frutos deshidratados, si se cumple con la oferta estimada entonces Ecuador podría exportar hacia EE.UU. 71695 toneladas, lo que representa tan solo el 11,13% de cobertura, quedando una demanda insatisfecha total para el 2021 de 572375 toneladas. Los años subsiguientes muestran un comportamiento similar el promedio durante los 5 años, Ecuador cubriría un promedio de 10,5% del total de la demanda estadounidense para estos productos deshidratados.

3.5.9 Cobertura "Agroindustrias Carchi" demanda insatisfecha

La empresa Agroindustrias Carchi tiene una capacidad productiva mensual de 6000 kilos (6 tons.) en producción de frutos totalmente deshidratados y de 13000 kilos (13 tons.) en frutos parcialmente deshidratados, siendo estos su oferta con enfoque exportable. De las 13 toneladas se plantea exportar 10 y dejar 3 para la comercialización nacional esto de acuerdo al mercado local fijo existente.

Tabla 47: *Cobertura del mercado objetivo*

	Tons.	Cobertura Agroindustrias Carchi
Proyección demanda EE.UU 2021	644070	0,019
Proyección oferta EC 2021	71695	0,167
Producción Agro. Carchi	**120**	

Fuente: Datos investigación propia

Se estima un total de 120 toneladas anuales para el mercado norteamericano que en términos de cobertura representa el 0,167% del total de la proyección de la oferta ecuatoriana y el 0,02% del total de la demanda estadounidense insatisfecha.

Tabla 48: *Proyección cobertura mercado objetivo*

Año	% Cobert. Demanda EE.UU.	% Cobert. Oferta EC
2021	0,019	0,167
2022	0,019	0,172
2023	0,018	0,176
2024	0,018	0,181
2025	0,018	0,187
Promedio	**0,0185**	**0,1767**

Fuente: Datos investigación propia

La demanda del mercado estadounidense en los 4 tipos de frutos deshidratados es bastante amplia con la producción anual de la empresa en promedio se lograría una cobertura de apenas el 0,02 % del total requerido por EE.UU. mientras que en representación del volumen total que Ecuador exportará durante el 2021 al 2025 hacia este mercado, la empresa Agroindustrias Carchi ocupa una representación de cerca del 0,2%.

3.5.10 Logística Internacional

3.5.10.1 *Courier para micro exportación*

Las empresas de Courier son una solución para la logística tanto de importación como de exportación sobretodo porque representan una disminución en costos y tiempos de trámites, transporte, almacenaje y despacho; además de permitir llevar un control de monitoreo. La globalización ha acarreado un crecimiento sin precedentes en la comunicación, la logística y por supuesto las transacciones comerciales internacionales, provocando que se integren nuevos sistemas de distribución para lograr simplificar tiempos de transporte.

El sistema de mensajería acelerada Courier se encuentra regulado por la aduana, y está normado por la resolución Nro. SENAE-DGN-2015-0641-RE "Regulaciones para los envíos al exterior de mercancías con y sin finalidad comercial, bajo los regímenes de excepción: tráfico postal y mensajería acelerada o Courier" y la resolución Nro. SENAE-SENAE-2020-0059-RE "Guía de operadores del comercio exterior para la gestión de las declaraciones aduaneras de exportación y de las declaraciones aduaneras simplificadas de exportación".

La exportación simplificada vía Courier de mercancías con valor comercial debe cumplir con los siguientes parámetros:

- Consignar en la DAS (Declaración Aduanera Simplificada) la subpartida específica comprendida en el Arancel Nacional.
- Las mercancías amparadas en la DAS deberán tener un peso máximo de 50 Kg y un valor FOB no superior a US$ 5000.
- La DAS deberá estar acompañada de la factura comercial y el formulario para la exportación vía mensajería acelerada o Courier. (SENAE , 2015, p. 7)

La exportación simplificada vía Courier de mercancías sin valor comercial correspondientes a muestras debe cumplir con los mismos parámetros de una exportación simplificada con valor comercial con la distinción que se debe emplear una DAS-C (Declaración Aduanera Simplificada de Exportación Consolidada). En el país existen 48 empresas de Courier autorizadas para la prestación de servicios de exportaciones simplificadas (ver Anexo N° 17).

3.5.10.2 *Proceso de micro exportación por Courier*

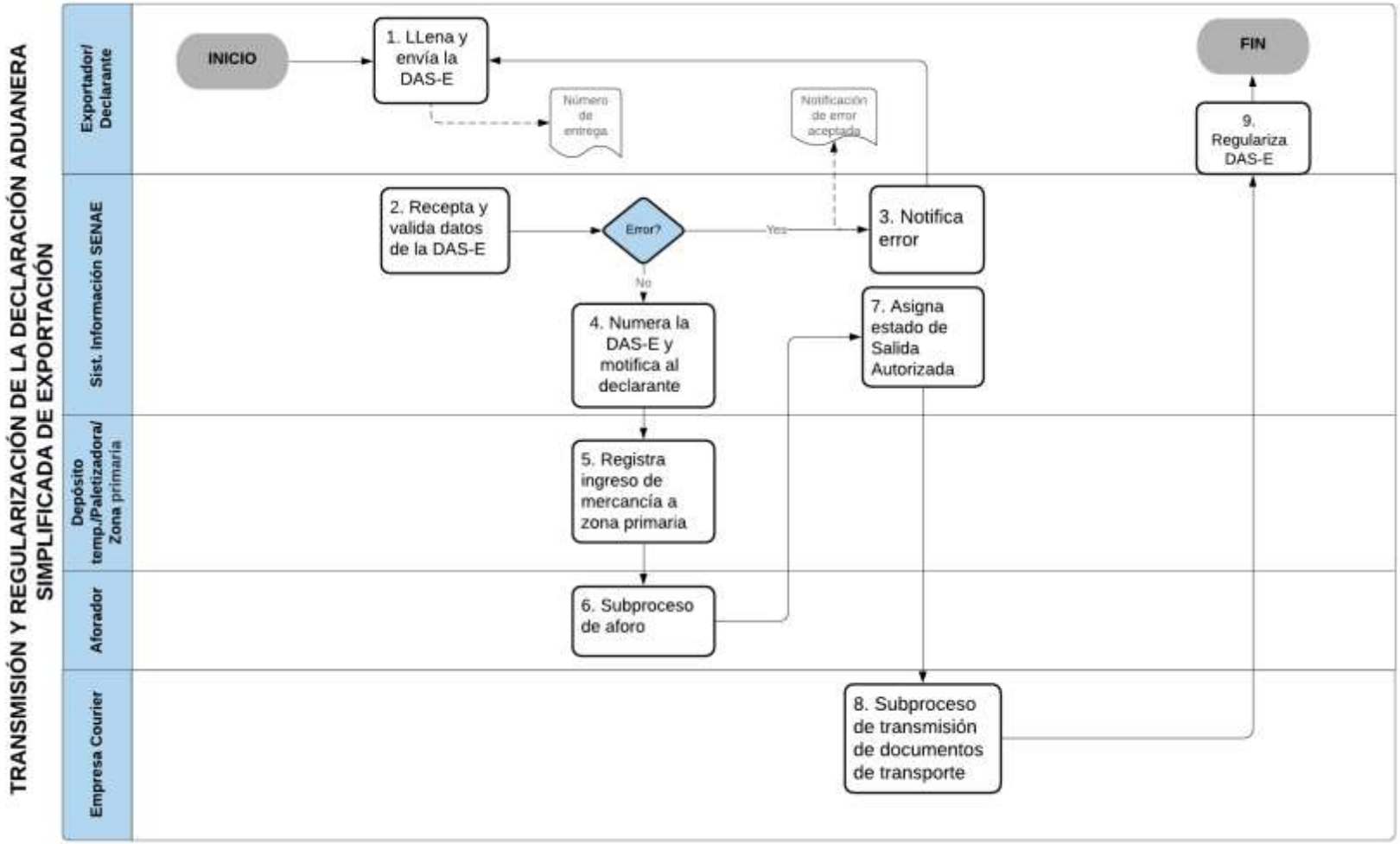


Figura 30: *Transmisión y regularización de la Declaración Aduanera Simplificada de Exportación (DAS-E)*
Fuente: Adaptado de SENAE, 2020

3.5.10.3 *Exportación vía Marítima*

3.5.10.3.1 Cubicaje de la mercancía

Tabla 49: *Cubicaje de la mercancía*

Unidad de Carga		Envase		Cubicaje	
					
Pallet Americano		**Caja de cartón doble canal**			
Largo (m)	1,2	Largo (m)	0,55	Largo (m)	2 Cajas
Alto (m)	0,14	Alto (m)	0,55	Alto (m)	4 Cajas
Ancho (m)	1	Ancho (m)	0,5	Ancho (m)	2 Cajas
Capacidad (Kg	1200	Peso (Kg)	63,5	Peso (kg)	1016
		Capacidad Total de la Unidad de Carga			
		16 cajas por pallet			

Fuente: Investigación propia

Para la exportación de los frutos semi deshidratados se considera disponerlos en fundas plásticas resistentes de 5 libras acorde al estudio de mercado (28 unidades por caja de canal doble), no se los dispone directos por seguridad, control de humedad en la carga y unidad de manejo de productos a granel en el país destino; una vez agrupados se los asegurará con clips y zunchos.

Con la oferta exportable de 10000 Kg se haría una exportación FCL (Full Conteiner Load), 10 pallets cada uno con 16 cajas cuyo peso por unidad de carga es de 1016 Kg.

Tabla 50: *Cálculo costos exportación Incoterms ® 2020*

CONCEPTO	UNIDAD		COSTO UNITARIO	COSTO POR EXPORTACIÓN	COSTO UNITARIO	
Costo Variable de Producción	10000	Kg	6,34	63.400	$ 6,49	**Costo de producción**
Costo Fijo de Producción			17520 (anual)	1.460		
Embalaje adaptado a país destino	160	Cajas	3,5	1.904		
	4480	Fundas polipropileno	0,3			
Costes documentación de exportación (Certificado de Origen)	4	x partida arancelaria	10	40		
Utilidad del 40%				93.526	$ 9,35	**Precio incl. utilidad**
Costes financieros y bancarios (Carta de crédito)				3.172		
*Comisión bancaria por aceptación de Carta de Crédito			100			
* Comisión bancaria por remesa de documentos	0,75%	Flat	701,4			
*Comisión bancaria por recepción de fondos	2%	Flat	1870,5			
* Facilidades Crediticias, Administración y Control			500			
Ex Work (Bolívar)				96.698	**$ 9,67**	

CONCEPTO	UNIDAD		COSTO UNITARIO	COSTO POR EXPORTACIÓN	COSTO UNITARIO
Transporte Interno Fábrica- Puerto GYE				878	
* Trasporte hasta almacén del puerto			700		
* Coste de almacenaje	$3,50	Día	17,5		
Coste de trámites y gestión aduanera de				305	
* Agenciamiento de aduana			180		
* Aforo			125		
FCA (Franco Porteador)				97.880	**$ 9,79**
Tasas, estiba y manipulación de la mercancía en terminal de origen			160		
FOB				98.040	**$ 9,80**
Flete marítimo internacional			1836		
CFR (Coste y Flete)				99.876	**$ 9,99**
Seguro de Transporte Internacional	1%			999	
CIF (Costo, seguro y flete)				100.875	**$ 10,09**
Aranceles mercancía				624	
Mango deshidratado (2500 kg)	0,14%	1,5 ctvs/ kg	25291,51		
Banano Deshidratado (2500 kg)	1,40%		25571,77		
Piña Deshidratada (2500 kg)	0,15%	0,44 ctvs/kg	25366,53		
Uvilla Deshidratada (2500 kg)	0,06%	1,4 ctvs/ kg	25268,83		
Trámites y gestión aduanera de importación				2.000	
DDP (Entrega derechos pagados)				**$ 103.498,64**	**$ 10,35**

Fuente: Investigación propia

3.5.10.3.2 Costos implicados Incoterms

El costo variable y fijo de producción se establece de acuerdo a los datos oficiales de producción de Agroindustrias Carchi (Anexo N° 15) que es de $6,34 por unidad de medida (Kg) y 17520 anual, para estimar un costo mensual se lo dividió para 12 meses; en este punto inicial cada Kg de producción en frutos pasas tiene un coste de $6,49.

Para estimar un valor Ex Work se adicionan los costos de embalaje adecuados al envío, en este caso las 160 cajas de canal doble y 4480 fundas plásticas de polipropileno en las cuáles se empacarán 5 libras (2,27 Kg) de frutos pasas; adicional a esto los costos por emisión de Certificado de Origen mismo que tiene una validez de 2 años y debe ser emitido por clasificación arancelaria (Mango, plátano, piña y uvilla deshidratada); en este punto se estima la utilidad deseada, actualmente en esta línea de producción Agroindustrias Carchi percibe el 65% de utilidad en el mercado local pero se la ajusta a un 40% considerando que autores como Hansen Mowen y Sapag Nassir aconsejan un margen conservador del 30%, esto a conveniencia de la empresa y la competitividad en el mercado estadounidense, con esta ganancia cada Kg de exportación tiene un costo unitario de $9,35. Se estima además los costos financieros (Carta de crédito), El banco cobra comisiones por aceptación de la carta de crédito, remesa de documentos, recepción de fondos y en general la tasa de facilidad crediticia, administración y control (Anexo N° 18) dando un total de $3172 valor calculado sobre la base anual de costos más utilidad ($93526). Generando un valor Ex Work unitario de $9,67.

La tarifa de transporte interno desde fábrica hasta el puerto de Guayaquil, es de $700 de acuerdo a la ruta y volumen de exportación además del costo del almacenaje que de acuerdo a tarifas de Naportec (Anexo N° 19) es de $3,50 por día lo que implica un coste de $17, 5 por 5 días de almacenaje del contenedor; además se añade el costo por agencia de aduana y aforo un total de $305. Es así que en término FCA el costo unitario incrementa a $9,79.

Al valor anterior se adiciona el valor por tasas, estiba y manipulación de la mercancía hasta que se encuentre a bordo del buque. En términos de negociación FOB el costo para una exportación de 10000 Kg en FCL o contenedor completo sin pago de transporte principal es de $98040 dando un costo unitario a la exportación de $9.80.

En la tabla N° 50 se detallan también los costos implicados en caso de asumir el costo del transporte principal con ruta Puerto de Guayaquil (Ecuador) hacia Puerto de Everglades (EE. UU); de acuerdo a cotización en iContainers (Anexo N° 20) el transporte principal tiene un costo aproximado de $1836. Con el valor de la mercancía y el flete principal (término de negociación CFR), la mercancía tiene un costo de $100875 lo que implicaría un valor por Kg de $9,99; al asumir el seguro equivalente al 1% el término de negociación cambia a CIF y el precio por Kg sería de $10,09.

En consideración de que el vendedor asuma toda responsabilidad y riesgo (término DDP), se debe entregar la mercancía con pago de aranceles y gestión aduanera de importación en el país destino, para el cálculo se consideran los aranceles detallados en la tabla N° 39 y se asume la exportación de 2500 Kg por tipo de fruto deshidratado. El precio final por Kg es de $10,35.

3.5.10.3.3 Término de Negociación

Para la exportación se sugiere considerar el término de negociación FOB (Free on Board) entrega en lugar acordado siguiendo los lineamientos de Incoterms® 2020.

En este caso el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque acordado por el comprador en un puerto de embarque previsto. Con éste término de negociación el riesgo vendedor-comprador se transmite una vez que la carga se encuentre a bordo del buque, además el comprador asume todos los costos a partir de ese momento.

En caso de exportaciones cuya cantidad no complete un contenedor y requiera de consolidación previa al embarque se prevé negociar en FCA (Free Carrier) o Franco porteador, por motivos de seguridad, pues en caso de que la carga requiera ser consolidada se hace entrega de la mercancía al porteador de una terminal de contenedores, perdiendo control sobre la carga que aún debe pasar por varios movimientos para ser agrupada en un contenedor. Con la negociación FCA en Incoterms® 2020 se puede emitir un Conocimiento de Embarque después de la carga de la mercancía con la mención “A bordo”, lo que permite atender a los requerimientos de un crédito documentario.

3.6 ESTUDIO FINANCIERO

3.6.1 DATOS FINANCIEROS GENERALES

Tabla 51: *Datos financieros generales "Agroindustrias Carchi"*

LÍNEA DE PRODUCTOS	PRODUCTO	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MES (Kg)	COSTO UNITARIO VARIABLE (Kg)	PRECIO VENTA PROMEDIO (Kg)	COSTO FIJO AÑO	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	INSTALACIONES	GASTO OPERACIONAL PROMEDIO (Kg)	PASIVOS (Cuentas por pagar)
Deshidratados	Promedio de 20 frutas y vegetales	6000	$17,49	$22,00	$17.520	$120.000	$100.000	$0,62	$40.000
Frutas pasas (semideshidratados dulces)	Promedio de 10 frutas	13000	$6,34	$10,50				$0,44	
Frituras	Papas fritas	2080	$4,41	$6,50		$50.000		$0,15	

Fuente: Datos primarios "Agroindustrias Carchi"

Agroindustrias Carchi maneja 3 líneas de producción mismas que comparte costos fijos anuales ($17520), costo de instalación ($100000) y un pasivo general del $40000. La capacidad de producción máxima para los frutos deshidratados mensual es de 6000 Kg (6 Ton) con un promedio de procesamiento de 20 frutas y vegetales distintos, mientras que para las frutas pasas o semi deshidratados dulce que es la línea de producción enfoque para exportar, la capacidad máxima de producción es de 13000 Kg (13 Ton) a un promedio de 10 variedades de frutas; cabe resaltar que ambas líneas de producción comparten las mismas maquinarias y equipo de procesamiento por lo que su producción no puede sumarse para maximizar en este caso la línea de exportación de frutas pasas. De la línea de frituras se puede obtener un máximo mensual de 2080 Kg (2 Ton).

En promedio la rentabilidad por Kg en deshidratados es de $4.51, para las frutas pasas de $4.16 y para las frituras de $2.09; lo que implica una ganancia del 25,79%, 65,61% y 47,40% respectivamente. A pesar de obtener un ingreso similar por Kg en frutas deshidratadas y frutas pasas, los costos variables de producción de las frutas pasas son menores lo que la hace un 40% más rentable para la venta en volumen tanto nacional como internacional.

3.6.2 MATERIA PRIMA E INSUMOS

Tabla 52: *Líneas de producción*

LÍNEAS DE PRODUCCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	MATERIA PRIMA E INSUMOS (x Kg)	ESTIMACIÓN PRODUCCIÓN (Kg)
Deshidratados	Kg	$17,49	1000
Frutas pasas (Consumo Nacional)	Kg	$6,34	2000
Frutas Pasas (Exportación)	Kg	$6,34	10000
Frituras	Kg	$4,41	2080

Fuente: Datos primarios "Agroindustrias Carchi"

Para el análisis financiero con proyección exportadora de la empresa se divide la producción de frutas pasas en dos: para el consumo nacional y para la exportación. Con los datos de previsión de la demanda insatisfecha se planifica una producción mensual de 10000 Kg de frutas pasas para la exportación, 2000 Kg para el consumo local y 1000 Kg de producción en la línea de deshidratados; esto haciendo uso de la capacidad máxima de producción para estos productos. En la línea de frituras se mantiene la producción de 2080 Kg mensuales. Los costos en materia prima e insumos son de $17,49 para frutas y verduras deshidratadas, $6,34 para los frutos pasas y $4,41 para las frituras.

3.6.3 BIENES EN USO

Tabla 53: *Bienes en uso*

BIENES EN USO	MONTO	VIDA ÚTIL EN AÑOS	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
Instalaciones	$100.000,00	20	5000	417
Maquinaria Deshidratados	$120.000,00	10	12000	1000
Maquinaria Frituras	$50.000,00	10	5000	417
TOTAL			**$ 22.000**	**$ 1.833**

Fuente: Datos primarios "Agroindustrias Carchi"

La empresa posee instalaciones valuadas en $100.000 con una vida útil de 20 años, adicional maquinaria para la deshidratación y para la elaboración de snacks con un precio de inversión de $170.000 a 10 años de depreciación. Anualmente en gastos operativos se debe considerar la amortización de $22.000 y mensualmente una de $1.833.

3.6.4 GASTOS Y PROYECCIÓN EN GASTOS

3.6.4.1 *Proyección crecimiento del sector*

Para estimar la proyección de crecimiento en el sector agroindustrial se utilizan datos de años previos y se emplea el método de mínimos cuadrados, lo que permite generar una ecuación que ayude a las estimaciones futuras de acuerdo a la tendencia de los datos históricos.

Tabla 54: *Proyección 5 años sector manufacturero*

Año	millones USD	% Incremento del sector
2009	7.699	
2010	8.602	1,12
2011	9.670	1,12
2012	10.740	1,11
2013	11.974	1,11
2014	13.717	1,15
2015	13.513	0,99
2016	13.592	1,01
2017	13.866	1,02
2018	13.779	0,99
2019	14.740	1,07
2020 p.	12.916	0,88
2021 p.	13.568	1,05
2222	15.639	**1,15**
2223	16.132	**1,03**
2224	16.626	**1,03**
2225	17.120	**1,03**

Fuente: Información Estadística mensual BCE 2021

El BCE en sus datos estadísticos mensuales en el apartado macroeconómico de PIB por industrias muestra el comportamiento del PIB en 18 diferentes industrias, siendo la agroindustria parte del sector manufacturero. Considerando los datos históricos desde el 2009 con las previsiones del 2020 y 2021 se estima un crecimiento positivo, aunque poco elevado.

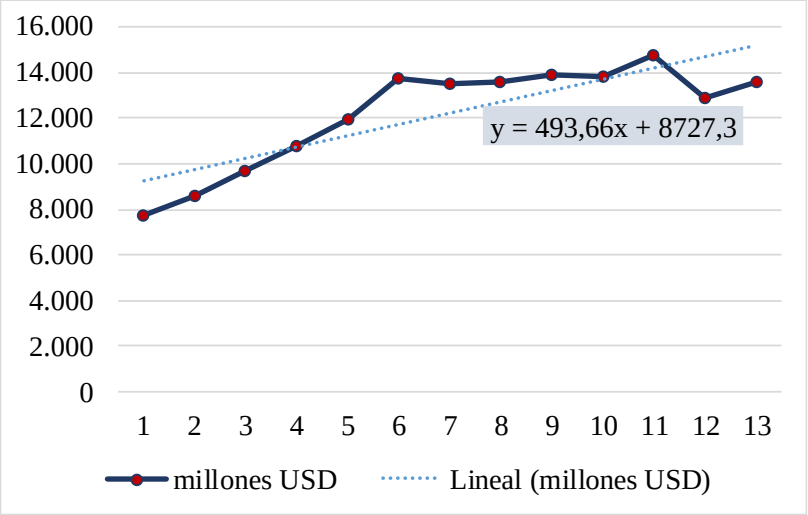


Figura 31: *Comportamiento del sector manufacturero Ecuador*
Fuente: Elaboración propia

En el 2022 se espera un crecimiento porcentual del 1,15 y para el 2023,2024 y 2025 un aproximado de 1,03. Este dato servirá para proyectar la producción, gastos y ventas de la empresa.

3.6.4.2 *Proyección incremento SBU*

Para estimar la proyección del porcentaje de incremento en el salario básico unificado (SBU) de Ecuador se utilizan datos de años previos y se emplea el método de mínimos cuadrados, lo que permite generar una ecuación que ayude a las estimaciones futuras en el incremento del SBU.

Tabla 55: *Proyección incremento SBU*

Año	Salario Básico Unificado USD	Variación (USD)	% Incremento del SBU
2017	$375	-	
2018	$386	$11	
2019	$394	$8	
2020	$400	$6	
2021	$400	$0	
2222	$410	$10	**2,5%**
2223	$417	$6	**1,5%**
2224	$423	$6	**1,5%**
2225	$429	$6	**1,5%**

Fuente: (Flourish Studio, 2020)

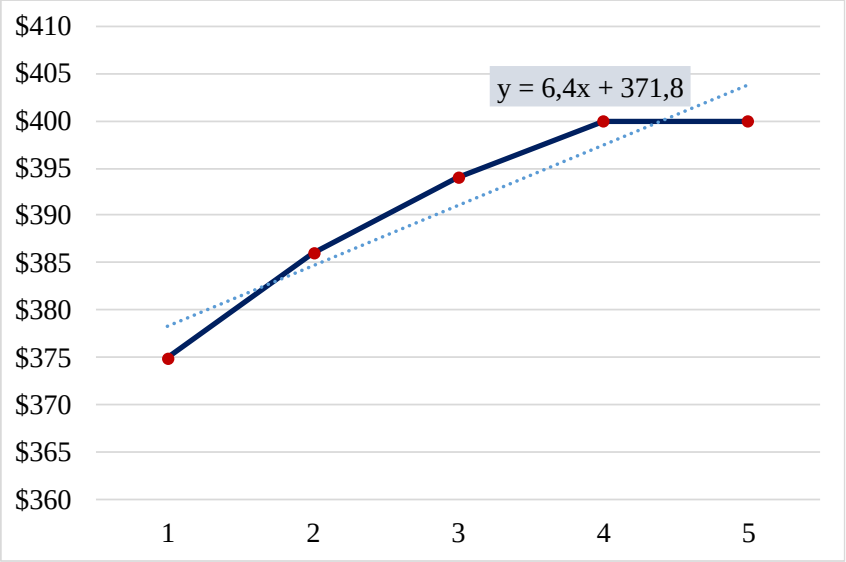


Figura 32: *Comportamiento del SBU en Ecuador*
Fuente: Elaboración propia

Para el análisis y proyección de gastos en lo que corresponde a mano de obra es necesario considerar el posible incremento del salario básico unificado (SBU) en el país, considerando que el pago de mano de obra es uno de los rubros más fuertes en gastos para las empresas especialmente para las Mipymes. Con los datos históricos desde el año 2017 se estima una proyección hasta el 2025. Se prevé un incremento de $10 para el 2022 y de $6 para los años subsiguientes. Esto es un incremento porcentual del 2,5% para el 2022 y del 1,5% para los siguientes años.

3.6.5 Gastos primer año

Tabla 56: *Gastos de producción*

Gastos de Producción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Materias Primas e Insumos	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$102.743	$1.232.914
Mano de Obra	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$8.000	$96.000
Cargas Sociales	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$908	$10.896
Electricidad	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$1.000	$12.000
Gas	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$500	$6.000
Agua	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$1.200
Teléfono e Internet	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$50	$600
Mantenimiento maquinarias	$5.000					$10.000							$15.000
Amortización Bienes de Uso	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$1.833	$22.000
Total Gastos de Producción	**$ 120.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 125.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 115.134**	**$ 1.396.610**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 57: *Otros gastos*

Otros Gastos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Sueldos de Administración	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$1.300	$15.600
Sueldos Comerciales	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$800	$9.600
Cargas Sociales	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$238	$2.860
Promoción y publicidad en línea	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$200	$2.400
Trasporte local para venta nacional	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$400	$4.800
Gastos de exportación	$6.458	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$6.418	$77.056
Varios	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$100	$1.200
Total Otros Gastos	**$9.496**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$9.456**	**$113.516**

Fuente: Elaboración propia

Para los gastos de producción se considera el precio por Kg de cada línea de producción asumiendo que en todos los meses se mantiene una producción constante. En la mano de obra se estima la contratación de 20 personas con el pago del SBU y el pago del 11,35% de afiliación; se toma en cuenta el pago de servicios, cuyos mayores rubros son los de electricidad y gas. Se plantea un mantenimiento en maquinarias con periodicidad de 2 veces al año, además de la amortización de los bienes en uso

Para el primer año se estima un gasto productivo de $1.396.610, entre los rubros de costos más elevados están: La adquisición de materia prima e insumos con un costo anual de $1.232.914, seguido de la mano de obra con $96.000 y amortización de bienes de uso que representa un costo de inversión de $22.000.

En la tabla de otros gastos para el primer año se considera un sueldo de administración y un sueldo comercial, además de los gastos en promoción y publicidad, transporte para el comercio nacional; en esta tabla se representan los gastos de exportación calculados previamente. Mensualmente el valor de gastos administrativos es de $9.456, lo que implica un gasto anual de $113.516.

3.6.6 Proyección de Gastos

3.6.6.1 *Gastos de Producción*

Tabla 58: *Proyección en Gastos de Producción*

Gastos de Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materias Primas e Insumos	$ 1.232.913,60	$ 1.247.092,11	$ 1.259.937,16	$ 1.272.914,51	$ 1.286.025,53
Mano de Obra	$ 96.000,00	$ 98.400,00	$ 99.876,00	$ 101.374,14	$ 102.894,75
Cargas Sociales	$ 10.896,00	$ 11.168,40	$ 11.335,93	$ 11.505,96	$ 11.678,55
Electricidad	$ 12.000,00	$ 12.138,00	$ 12.263,02	$ 12.389,33	$ 12.516,94
Gas	$ 6.000,00	$ 6.069,00	$ 6.131,51	$ 6.194,67	$ 6.258,47
Agua	$ 1.200,00	$ 1.213,80	$ 1.226,30	$ 1.238,93	$ 1.251,69
Teléfono e Internet	$ 600,00	$ 606,90	$ 613,15	$ 619,47	$ 625,85
Mantenimiento maquinarias	$ 15.000,00	$ 15.172,50	$ 15.328,78	$ 15.486,66	$ 15.646,18
Amortización Bienes de Uso	$ 22.000,00	$ 22.000,00	$ 22.000,00	$ 22.000,00	$ 22.000,00
Total Gastos de Producción	$ 1.396.609,60	$ 1.413.860,71	$ 1.428.711,84	$ 1.443.723,67	$ 1.458.897,96

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de producción proyectados crecen año a año de acuerdo a la previsión en el crecimiento del sector y el incremento en el SBU, el único valor que se mantiene constante es el de amortización de bienes en uso con un valor anual de $22.000.

El primer año el gasto de producción se estima será de $1.396.609,60 en el segundo año incrementará a $1.413.860,71 al tercero $1.428.711,84 al cuarto $1.443.723.6 y al quinto año $1.458.897,96.

3.6.6.2 *Gastos Administrativos*

Tabla 59: *Proyección Gastos Administrativos*

Otros Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos de Administración	$ 15.600,00	$ 15.990,00	$ 19.188,00	$ 23.025,60	$ 27.630,72
Sueldos Comerciales	$ 9.600,00	$ 11.520,00	$ 11.692,80	$ 11.868,19	$ 12.046,21
Cargas Sociales	$ 2.860,20	$ 3.122,39	$ 3.504,97	$ 3.960,45	$ 4.503,33
Promoción y publicidad en línea	$ 2.400,00	$ 2.427,60	$ 2.424,72	$ 2.424,72	$ 2.424,72
Trasporte local para venta nacional	$ 4.800,00	$ 4.855,20	$ 4.905,21	$ 4.955,73	$ 5.006,78
Gastos de exportación	$ 77.056,00	$ 77.942,14	$ 78.744,95	$ 79.556,02	$ 80.375,45
Varios	$ 1.200,00	$ 1.213,80	$ 1.226,30	$ 1.238,93	$ 1.251,69
Total Gastos de Producción	$ 113.516,20	$ 117.071,13	$ 121.686,95	$ 127.029,64	$ 133.238,91

Fuente: Elaboración propia

Los Gastos de Administración también incrementan de acuerdo a la previsión en el crecimiento del sector. El rubro de mayor valor es el de gastos para la exportación que representa el 68% del total de costos administrativos. El primer año se prevé un gasto de $113.516,20 el segundo año $117.071,13 el tercero $121.686,95 para el cuarto año $127.029,64 y para el quinto $133.238,91.

3.6.7 Proyección en ventas

Tabla 60: *Proyección en ventas (Kg)*

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Frutas deshidratadas	12000	12138	12263	12389	12517
Frutas pasas (Consumo Nacional)	24000	24276	24526	24779	25034
Frutas pasas (Exportación)	120000	121380	122630	123893	125169
Frituras	24960	25247	25507	25770	26035
Total Ventas (Kg)	180960	183041	184926	186831	188755

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61: *Proyección en ventas (USD)*

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Frutas deshidratadas	$ 264.000	$ 267.036	$ 269.786	$ 272.565	$ 275.373
Frutas pasas (Consumo Nacional)	$ 252.000	$ 254.898	$ 257.523	$ 260.176	$ 262.856
Frutas pasas (Exportación)	$ 1.176.000	$ 1.189.524	$ 1.201.776	$ 1.214.154	$ 1.226.660
Frituras	$ 162.240	$ 164.106	$ 165.796	$ 167.504	$ 169.229
Total Ventas (USD)	$ 1.854.240	$ 1.875.564	$ 1.894.882	$ 1.914.399	$ 1.934.118

Fuente: Elaboración propia

Para el primer año se estima la producción y venta de 1000 Kg en la línea de deshidratados, 2000 Kg en la de frutas pasas para el consumo nacional, 10000 Kg en frutas pasas para la exportación y 2080 Kg en la línea de frituras. El crecimiento proyectado año a año sigue la tendencia de la previsión de crecimiento del sector. Al finalizar el primer año habrán vendido 180960 Kg, el segundo 183041 Kg, el tercer año 184926 Kg el cuarto 186831 Kg y el quinto 188755 Kg.

Para la proyección de ventas en dólares se considera el precio de venta estipulado por Agroindustrias Carchi en cada una de sus líneas de producción ($22 por Kg de deshidratados, $10,50 por Kg de frutas pasas para consumo nacional y $6,50 por Kg en línea de frituras), a excepción de la de frutas pasas para la exportación cuyo valor de $9,80 por Kg fue determinado por los gastos de exportación y delimitado acorde a los precios internacionales del producto considerando la competitividad dentro del mercado estadounidense.

En conformidad al precio de venta señalado el primer año las ventas serías de $1.854.240, el segundo año de $1.875.564, el tercer año de $1.894.882, el cuarto año de $1.914.399 y el quinto año de $1.934.118.

3.6.8 Inversión

Para la exportación la empresa “Agroindustrias Carchi” requiere invertir, un monto de $50000 para la adecuación de instalaciones y el costo administrativo y de producción de al menos los 3 primeros meses.

Tabla 62: *Inversión Requerida*

Inversión Requerida	mes 1	mes 2	mes 3		
Costos Operacionales	120134,1	115134,1	115134,1	$	350.402
Costos Administrativos	9496,35	9456,35	9456,35	$	28.409
Mejora Instalaciones				$	50.000
TOTAL				$	428.811

Fuente: Elaboración propia

Sumando los costos administrativos y de producción de los primeros 3 meses además de los $50000 para mejora de instalaciones se obtiene un monto de inversión de $428.811 para poder dar inicio a las operaciones de exportación.

3.6.9 Préstamo

Tabla 63: *Amortización de la deuda*

Tipo	*PYME*		
Destino	*Capital de Trabajo*	***Tasa***	*9.76*
Sector Económico	*Agroindustria*	***Tasa Efectiva(%)***	*10.21*
Facilidad	*Pequeña y Mediana Empresa*	***Monto(USD)***	*430,000.00*
Tipo Amortización	*Cuota Fija*	***Plazo(Años)***	*3*
Forma de Pago	*Mensual*		

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	430000.00			
1	419670.84	10329.16	3497.33	13826.49
2	409257.68	10413.17	3413.32	13826.49
3	398759.82	10497.86	3328.63	13826.49
4	388176.58	10583.24	3243.25	13826.49
5	377507.26	10669.32	3157.17	13826.49
6	366751.16	10756.10	3070.39	13826.49
7	355907.58	10843.58	2982.91	13826.49
8	344975.80	10931.77	2894.71	13826.49
9	333955.12	11020.69	2805.80	13826.49
10	322844.80	11110.32	2716.17	13826.49
11	311644.11	11200.68	2625.80	13826.49
12	300352.33	11291.78	2534.71	13826.49

Fuente: Elaboración propia

Para que la empresa pueda extender sus ventas hacia el mercado estadounidense requiere de una inversión por medio de préstamo para obtener el capital de trabajo requerido para los 3 primeros meses de producción y el reacondicionamiento de instalaciones.

A consideración de lo anterior se solicitaría un crédito de $430.000 con un interés de 10,21% a pagar en 36 meses o 3 años con cuota fija de $13826.49.

3.6.10 Estado de Resultados

Tabla 64: *Estado de Resultados*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1.854.240	1.875.564	1.894.882	1.914.399	1.934.118
Costo de Ventas	1.232.914	1.247.092	1.259.937	1.272.915	1.286.026
Utilidad Bruta	**621.326**	**628.472**	**634.945**	**641.485**	**648.092**
Gastos de producción Fijos	163.696	166.769	168.775	170.809	172.872
Sueldos de Administración	15.600	15.990	19.188	23.026	27.631
Sueldos Comerciales	9.600	11.520	11.693	11.868	12.046
Cargas Sociales	2.860	3.122	3.505	3.960	4.503
Promoción y publicidad en línea	2.400	2.428	2.425	2.425	2.425
Trasporte local (venta nacional)	4.800	4.855	4.905	4.956	5.007
Gastos de exportación	77.056	77.942	78.745	79.556	80.375
Varios	1.200	1.214	1.226	1.239	1.252
Total Otros Gastos	277.212	283.840	290.462	297.839	306.111
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	**344.114**	**344.632**	**344.483**	**343.646**	**341.981**
Intereses	33.740	24.191	9.720	112	0
Utilidad Antes de Impuestos	310.374	320.441	334.763	343.534	341.981
Impuesto a la Renta (19%)	58.971	60.884	63.605	65.272	64.976
IVA (12%)	37.245	38.453	40.172	41.224	41.038
Utilidad Después de Impuestos	214.158	221.104	230.986	237.039	235.967
Repartición utilidades trabajadores (15%)	32.124	33.166	34.648	35.556	35.395
Utilidad Neta	$ 182.034,57	$ 187.938,67	$ 196.338,51	$ 201.482,97	$ 200.571,74

Fuente: Elaboración propia

Para establecer el Estado de resultados se consideran las ventas y costos de ventas proyectados a 5 años obteniendo una utilidad bruta, misma a la que se le deducen gastos de producción y los gastos administrativos para obtener una utilidad antes de intereses e impuestos. Sobre esa base se debita el interés anual generado del préstamo, mismo que se termina de cancelar al cuarto año con el pago de intereses de $112. En este punto se debe calcular el pago de impuesto a la Renta mismo que en el país es del 22%, sin embargo hay un beneficio de 3 punto porcentuales para las mipymes es decir se deduce el 19% de IR además del 12% del IVA para después destinar el 15% en repartición a trabajadores y obtener una utilidad Neta de $182.034,57 al primer año, 187.938,67 al segundo año, $196.338,51 al tercer año, $ 201.482,97 al cuarto y $200.571.74 al quinto año.

3.6.11 Punto de Equilibrio

Tabla 65: *Punto de Equilibrio*

Precio Promedio	10,25
Costo Var. Promedio	6,81
Contribución Marginal	3,43
Costo Fijo	310.952

Equilibrio Unidades	**90564**
Equilibrio en dólares	**$927.982**

Fuente: Elaboración propia

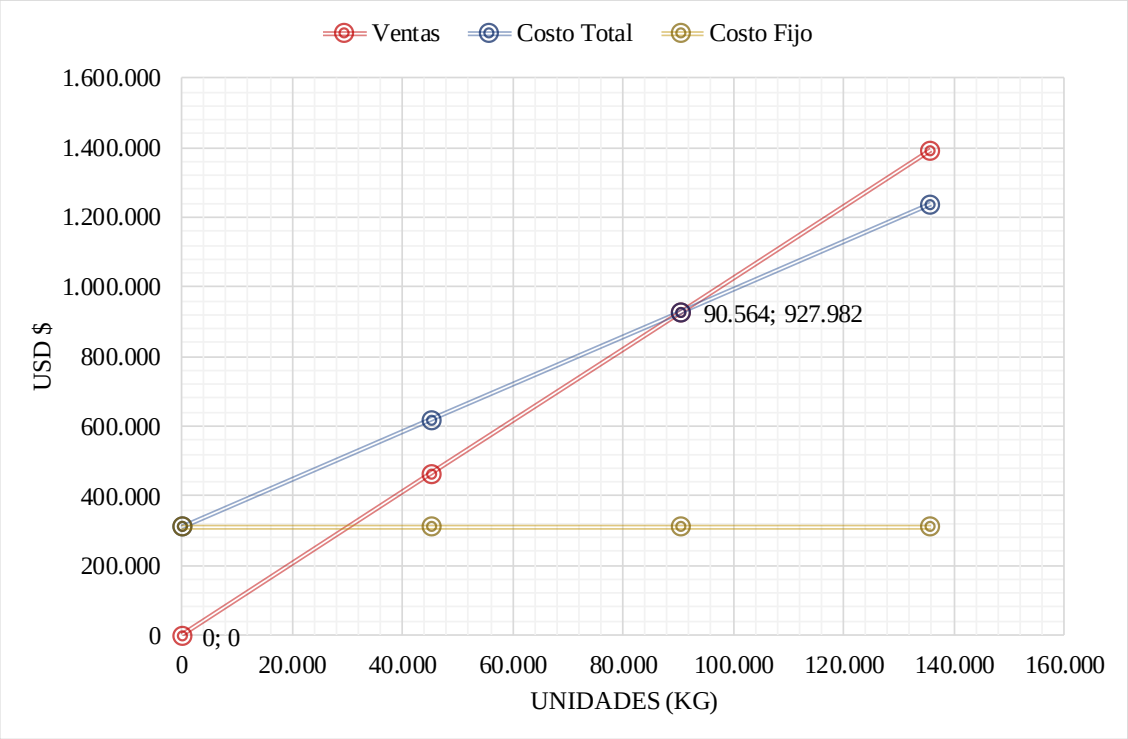


Figura 33: *Punto de Equilibrio*
Fuente: Elaboración propia

Luego del análisis de ingresos por ventas y egresos por costos, inversión y pago de intereses e impuestos se estima que el punto de equilibrio se encuentra en la producción y venta de 90564 Kg de producción (abarca todas las líneas de producción de la empresa), en dólares debe venderse $927.982.

Esto quiere decir que, si la empresa opera con normalidad con la venta de la totalidad de su producción mensual, se lograría llegar al punto de equilibrio al cabo de los 6 meses. Este resulta do se obtiene de la división del punto de equilibrio en unidades (90564 Kg) para la sumatoria de los Kg producidos mensualmente en todas las líneas de producción (15080 Kg); si se analiza el equilibrio en términos de unidades de exportación únicamente, se lograría el punto de equilibrio en 9 meses.

3.6.12 Flujo de Fondos

Tabla 66: Flujo de fondos a 5 años

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	1.746.076	1.874.320	1.893.755	1.913.261	1.932.967
Egresos por Compras M.P.	1.119.897	1.287.362	1.259.188	1.272.157	1.285.261
Sueldos y Cargas	123.710	140.201	145.598	151.734	158.754
Otros Gastos de Producción	34.800	35.200	35.563	35.929	36.299
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	85.456	86.439	87.301	88.175	89.059
Impuesto a las Ganancias	96.216	99.337	103.777	106.496	106.014
Total Egresos Operativos	1.460.078	1.648.539	1.631.426	1.654.492	1.675.386
Diferencia Operativa	285.998	225.781	262.329	258.769	257.581
Inversiones	698.810				
Flujo Financiero					
Prestamo	430.000				
Devolución del Prestamo	-152.094	-165.921	-165.921	-13.827	0
Total Flujo Financiero	277.906	-165.921	-165.921	-13.827	0
Diferencia Ingresos - Egresos	-134.907	59.860	96.408	244.942	257.581
Aporte Agroindustrias Carchi	270.000				
Flujo de Fondos	**135.093**	**194.954**	**291.362**	**536.304**	**652.238**

Fuente: Elaboración propia

El flujo de fondos proyectado se muestra positivo. Se requiere una inversión inicial de $698.810 valor del cual ya se encuentran cubiertos $270.000 por la empresa que los tiene invertidos en instalaciones y maquinarias para la operación, el valor restante $430.000 será cubierto por préstamo bancario. Con el pago del préstamo (la cuota y el interés) el primer año se muestra negativo, sin embargo, se recupera paulatinamente. En consideración del aporte de "Agroindustrias Carchi" el flujo de fondos se muestra positivo durante el periodo de 5 años.

3.6.13 Evaluación Financiera

3.6.13.1 *Análisis de la Inversión*

Tabla 67: *Desglose inversión*

INVERSIÓN PROYECTO DESCRIPCIÓN	MONTO
Instalaciones	$100.000
Maquinaria Deshidratados	$120.000
Maquinaria Frituras	$50.000
Mejora y acondicionamiento de las instalaciones	$50.000
Gastos Producción (3 meses)	$350.402
Gastos Administrativos (3 meses)	$28.408
INVERSIÓN TOTAL	**$698.810**

Fuente: Elaboración propia

Agroindustrias Carchi cuenta con instalaciones y maquinaria aptos para su normal funcionamiento y cobertura de mercado nacional valorados por $270000; sin embargo, para lograr alcanzar el mercado norteamericano requiere de mejoras y acondicionamiento de las instalaciones valorado por $50000 además que debe considerar los gastos tanto administrativos como de producción que conllevará incrementar su producción, y adicionar los costos de exportación para poner la mercancía a disposición del comprador extranjero. Se calcula un valor de 3 meses en gastos $378810, dando un total de inversión de $698810.

Tabla 68: *Cálculo tasa de descuento*

	Monto	% Participación	tasa bancaria	tasa descuento
CAPITAL PROPIO	$270.000	39%	10,21%	3,94%
CAPITAL FINANCIADO	$428.810	61%	4,50%	2,76%
TASA DE DESCUENTO TOTAL			→	**6,71%**
TASA DE DTO. AJUSTADO AL RIESGO (10%)			→	**16,71%**

Fuente: Elaboración propia

La inversión total se divide en capital propio y capital financiado con un valor de $270000 y $428810 respectivamente; la participación del capital es 39% propio y 61% financiado, se considera la tasa efectiva de BanEcuador 10,21% para el monto financiado y el 4,50% el porcentaje de pago por depósito del banco para el monto propio. La tasa de descuento para la totalidad de la inversión es de 6,71%, mientras que la tasa ajustada al riesgo de expansión comercial (10%) es de 16,71%. Con ambas tasas de descuento se puede hacer la evaluación financiera.

3.6.13.2 *VAN y TIR*

Tabla 69: *Flujo de efectivo*

PERIODO	INGRESO	EGRESO	FLUJOS DE EFECTIVO NETO	VALOR PRESENTE (6,71%)	VALOR PRESENTE (16,71%)
0			$ -698.810	$ -698.810	$ -698.810
1	$ 1.746.076	$ 1.363.862	$ 382.214	$ 358.193	$ 306.918
2	$ 1.874.320	$ 1.645.418	$ 228.902	$ 201.034	$ 147.599
3	$ 1.893.755	$ 1.626.986	$ 266.769	$ 219.567	$ 138.129
4	$ 1.913.261	$ 1.651.773	$ 261.488	$ 201.694	$ 108.722
5	$ 1.932.967	$ 1.675.868	$ 257.100	$ 185.846	$ 85.839

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de flujo de efectivo neto se consideran los ingresos y egresos proyectados con el primer valor siendo la inversión en negativo. El valor presente de la inversión se da de la división del flujo neto de efectivo con la tasa de descuento más 1 elevado al periodo de estudio. Con la tasa de descuento del 6,71% el valor presente de los flujos actualizados es de $1.166.334 mientras que con la tasa ajustada al riesgo es de $787.207.

Tabla 70: *Indicadores financieros tasa de descuento*

INDICADORES TASA DE DESCUENTO		6,71%
Valor Presente de la Σ de Flujos Actualizados	$	1.166.334
Valor Actual Neto (VAN)	$	467.524
Tasa Interna de Retorno (TIR)		31%
índice de rentabilidad (IR)	$	1,67

Fuente: Elaboración propia

Con una tasa de descuento del 6,71% el Valor Actual Neto (VAN) es de $467.524, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 31% y el índice de rentabilidad indica que por cada dólar invertido el proyecto retribuye $0,67.

Tabla 71: *Indicadores financieros tasa de dcto. Ajustada al riesgo*

INDICADORES TASA DE DESCUENTO AJUSTADA AL RIESGO		16,71%
Valor Presente de la Σ de Flujos Actualizados	$	787.207
Valor Actual Neto (VAN)	$	224.277
Tasa Interna de Retorno (TIR)		31%
índice de rentabilidad (IR)	$	1,32

Fuente: Elaboración propia

Con una tasa de descuento del 6,71% el Valor Actual Neto (VAN) es de $224.277, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 31% y el índice de rentabilidad indica que por cada dólar invertido el proyecto retribuye $0,32.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADO FICHA DE OBSERVACIÓN

En un estudio de campo realizado a las instalaciones de "Agroindustrias Carchi" (Anexo N° 10) se procedió a valorar indicadores prestablecidos de competitividad del 0 al 3 para medir el cumplimiento.

Tabla 72: *Indicadores Ficha de Observación*

INDICACIONES	VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN
Marque con una **(x)** en cada indicador la valoración que se considere pertinente de acuerdo a la observación.	**0**	**ALERTA:** No evidencia, no presenta, no tiene o no realiza.
	1	**EN INICIO:** Tiene pero no logra aún el indicador.
	2	**EN PROCESO:** Cumple casi en su totalidad el indicador.
	3	**LOGRO SATISFACTORIO:** Cumple con el indicador permanentemente.

Fuente: Elaboración propia

En los indicadores de instalaciones amplias para la producción y el tener maquinaria y equipamiento para el desarrollo de la actividad económica, la empresa cumple satisfactoriamente. Agroindustrias Carchi posee un área de producción con amplitud de 1500 m^2, en maquinaria cuenta con 2 deshidratadores, 1 freidora, 1 caldero, 2 centrifugadoras, lavadora, secadora, troceadora, procesador industrial de alimentos, marmitas a vapor, molinos y 2 hornos. Así mismo cumple con todos los protocolos de calidad pre establecidos en manuales de procesos, además cuenta con un volumen de oferta exportable equivalente a 1 tonelada mensual con amplia diversidad y experiencia en la deshidratación de casi cualquier fruta o vegetal. En otro aspecto que cumple de forma satisfactoria y permanente es en la supervisión dentro del proceso productivo con inspecciones constantes de temperatura y tiempos.

Los indicadores que se cumplen casi en su totalidad son las instalaciones propicias para la producción, pues a pesar de tener el espacio suficiente y contar con 4 plantas para tratar la fruta por etapas, requiere de una mejora en la infraestructura, En la asepsia dentro del proceso productivo aún no se implementa por completo el manejo de las 9s de organización, orden y limpieza, además aún hay empirismo en la asignación predeterminada de funciones para el personal, pues cuando la empresa tiene una mayor demanda subcontratan hasta 25 personas pero sin especificaciones y asignaciones concretas.

Los indicadores con mayor debilidad son el tratamiento de desechos y la implementación de pictogramas de seguridad. Agroindustrias Carchi cuenta con un itinerario con horas para la eliminación de desechos, pero no siguen ningún tratamiento o separación de residuos; por otra parte, todavía deben implementar más pictogramas de seguridad.

4.2 RESULTADO DE ENTREVISTAS

Para la realización de la investigación se realizó 4 entrevistas: una al gerente propietario de la empresa "Agroindustrias Carchi" el Ing. Rommel Pabón, otra al ex director del distrito de Aduanas Tulcán el Msc. José Arauz, al Director Zonal de Pro Ecuador el Ing. Oscar Ruano y a la Ing. Verónica Acosta, gerente propietaria de Sumak Mikuy, la única mipyme de la zona norte con producción y venta internacional de frutos deshidratados.

4.2.1 Entrevista gerente "Agroindustrias Carchi"

La entrevista realizada al Ing. Rommel Pabón (Anexo N° 11) estuvo enfocada a la competitividad. Agroindustrias Carchi es una empresa ubicada en el Cantón Bolívar provincia del Carchi con 20 años de experiencia en el mercado nacional y que posee tres líneas de producción: las frutas y verduras deshidratadas, las frutas pasas que son frutos semi deshidratados dulces y la línea de frituras o snacks. De acuerdo a los análisis previos en laboratorio asegura que sus frutos deshidratados tienen una durabilidad superior al año mientras que por la adición de azúcar en los semi deshidratados la durabilidad es de 6 meses, un periodo de durabilidad dentro del rango para este producto.

La empresa tiene una capacidad de producción mensual de 13000 Kg en frutas pasas, 6000 Kg en deshidratados y 2080 Kg en su línea de frituras. Para la venta al detalle tiene varias presentaciones, por lo que cuenta con 8 diferentes certificaciones sanitarias. Sin embargo, aún no posee la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) las que son requisito mínimo exigible para ingresar al mercado norteamericano debido a que necesita una inversión de aproximadamente $50.000 para la adecuación de las instalaciones; en el aspecto intangible la empresa ya cuenta con todos los manuales y procesos para la producción en todas sus líneas. Tiene desarrollado las POES que son los Procedimientos Operativos Estándares de Saneamiento que comprende la limpieza, desinfección y estándares de producción, además del correcto manejo de desechos.

El ing. Pabón aún no se registra como exportador y sus productos no han sido exportados de forma directa, pero si indirectamente, sus frutas pasas de piña y uvilla han ingresado al mercado alemán y sueco como relleno de bombones ecuatorianos fabricados y exportados por la empresa República del cacao.

Los canales de venta que maneja la empresa son físico y virtual. La tienda virtual ha crecido exponencialmente durante el año de pandemia que ha forzado a producir contenido en redes para llegar a más posibles compradores.

4.2.2 Entrevista especialista Zonal Pro Ecuador

La entrevista realizada al Ing. Oscar Ruano (Anexo N° 12) se enfocó en la competitividad de las mipymes y la micro exportación por medio de la herramienta de facilitación al exportador "Exporta Fácil", un servicio que brindó la empresa pública Correos del Ecuador hasta inicios del 2020. Esto con la finalidad de conocer su uso en la zona y la provincia, así como los beneficios.

En la entrevista se solicitó valorar del 1 al 4 donde 1 es muy en desacuerdo y 4 muy de acuerdo con el enunciado.

Tabla 73: *Valoración exporta fácil*

CONSIGNA	VALORACIÓN			
	1	2	3	4
Uso del programa exporta fácil en Carchi			x	
Uso del programa exporta fácil en la Zona Norte del País				x
Se han cumplido con las expectativas de los usuarios con respecto al programa.		x		
El uso del programa exporta fácil ayudaría a generar una cultura exportadora en la provincia del Carchi.				x
Suficiente información sobre el uso y los beneficios del programa exporta fácil en la provincia del Carchi		x		

Fuente: Entrevista Ing. Oscar Ruano

Con respecto al programa exporta fácil por experiencia dentro de la zona norte del país hace una distinción en el uso del programa pues mientras que en la zona el uso es satisfactorio, en Carchi se ha dado un uso moderado.

No existe suficiente información sobre el uso y los beneficios del programa dentro de la provincia, una de las falencias del programa es que carece de cadena de frío. Los productos que más salida tienen haciendo uso de exporta fácil han sido los textiles y los alimentos procesados.

El especialista opina que falta información y existe una demora de datos. Cree pertinente una potencialización del programa siguiendo los lineamientos exitosos de "Exporta Chile". Asegura que el uso del programa exporta fácil ayudaría a generar una cultura exportadora en la provincia del Carchi así sea para el envío de artesanías, muestras sin valor comercial o alimentos procesados.

Tabla 74: *Entrevista 1: motivaciones para la micro-exportación*

CONSIGNA	VALORACIÓN			
	1	2	3	4
Método más simplicado de exportación				x
Manejo de volúmenes pequeños				x
Accesibilidad al programa desde cualquier punto del país			x	
Trámite aduanero gratuito			x	
Tarifas y tiempos competitivos				x

Fuente: Entrevista Ing. Oscar Ruano

El entrevistado asegura que la principal motivación para su uso son las tarifas y tiempos competitivos, seguido del manejo de volúmenes pequeños, método más simplificado de exportación, accesibilidad al programa desde cualquier parte del país y por último trámites aduaneros gratuitos. Existen otras empresas de Courier como Fedex que también ofrecen el servicio, pero la logística y los precios elevados restan competitividad a los productos ecuatorianos.

Con respecto a la competitividad de la empresa. Agroindustrias Carchi se encuentra en la calificación amarillo AA dentro de la Ruta Pro Ecuador, misma que analiza el potencial exportador de las mipymes de la zona. A la empresa le hace falta mejorar en certificaciones tener una participación más activa en feries internacionales y macro rueda de negocios.

Tabla 75: *Entrevista 1: Competitividad de la empresa*

CONSIGNA	VALORACIÓN			
	1	2	3	4
Contar con Registros sanitarios				x
Contar con la certificación BPM				x
Contar con certificaciones BPA, certificaciones orgánicas, Global GAP, HACCP				x
Manejar grandes volumenes de producción			x	
Calidad del producto				x
Precio				x
Promoción y venta virtual (uso de redes sociales y pagina web)				x
Otro: *Ferias Internacionales/ Alianzas estratégicas con inversionistas.*				

Fuente: Entrevista Ing. Oscar Ruano

Lo más importante a considerar para exportar dentro de la producción de agroindustria es contar con registro sanitario y certificación BPM, tener precios competitivos, contar con promoción y venta virtual además de alianzas estratégicas con inversionistas internacionales y otros proveedores nacionales para el trading internacional. Luego de conseguir esto se pueden centrar esfuerzos en obtener otros sellos certificadores de calidad como el Global GAP y otras certificaciones, y poco a poco incrementar el volumen exportable.

4.2.3 Entrevista Ex directo SENAE Tulcán

La entrevista con el Msc. José Arauz (Anexo N° 13) se centró en el programa Exporta Fácil como mecanismo de ayuda a la micro exportación.

Tabla 76: *Entrevista 1 motivaciones para la micro-exportación*

CONSIGNA	VALORACIÓN			
	1	2	3	4
Uso del programa exporta fácil en Carchi	x			
Uso del programa exporta fácil en la Zona Norte del País	x			
Se han cumplido con las expectativas de los usuarios con respecto al programa.		x		
El uso del programa exporta fácil ayudaría a generar una cultura exportadora en la provincia del Carchi.				x
Suficiente información sobre el uso y los beneficios del programa exporta fácil en la provincia del Carchi	x			

Fuente: Entrevista Msc. José Arauz

Con respecto al uso del programa dentro de la Zona 1 y en específico la provincia del Carchi, supo manifestar que como aduana no manejan estadísticas porque es un proceso simplificado que se maneja directamente con Correos del Ecuador; sin embargo, asegura que dentro de la provincia no existe la difusión correspondiente como alternativa de proceso simplificado de exportación.

El entrevistado estuvo de acuerdo con que el uso del programa ayudaría a generar una cultura exportadora dentro de la provincia, pues vincula aspectos de intercambio comercial simplificado, más sencillo y con menor riesgo. En el marco del cumplimiento de las expectativas del programa, cree que no se ha logrado satisfacer a los usuarios por completo pues se maneja únicamente por vía aérea y el distrito aduanero donde se maximiza su utilización es el aeropuerto de Quito.

Para exportar por medio del programa exporta fácil, el exportador debe llenar la declaración simplificada de correos del Ecuador y entregar el paquete para de acuerdo con el peso y el destino establecer la modalidad y costos de envío. El entrevistado resalta que al ser un paso simplificado que permite minorar costos y que se vincula directamente con el exportador, no requiere de intermediarios.

En este caso el papel que tiene la Aduana es el de actuar como ente de control, no sólo para el programa Exporta fácil sino para toda operación de Courier y paquetería postal; por lo que vendría a ser una operación complementaria.

4.2.4 Entrevista gerente Sumak Mikuy

La entrevista a la Ing. Verónica Acosta (Anexo N° 14) se centró en conocer un poco más sobre su caso de éxito con la exportación de deshidratados, los factores de competitividad para ingresar al mercado estadounidense y su opinión sobre el programa exporta fácil.

La empresa Sumak Mikuy es una empresa ubicada en Cotacachi provincia de Imbabura con 13 años de experiencia en el mercado nacional y 4 años en el mercado internacional; oferta frutas y vegetales orgánicos deshidratados y convencionales para la industria alimenticia, siendo la uvilla deshidratada su producto estrella.

Los productos de Sumak Mikuy han logrado conquistar el mercado internacional tanto de manera directa como indirecta. Su mercado meta es el europeo, siendo Francia el país destino de sus exportaciones directas de uvilla deshidratada, la Ing. Acosta asegura que existe mercado internacional para aquellas frutas que pueden se pueden conseguir todo el año y que dentro de nuestro país tienen precios competitivos como la piña, mango y banano.

Sobre el mercado estadounidense con respecto a esta línea de producto asegura que es un mercado complicado que para ingresar se debe contactar con distribuidores pues el ingreso directo o Retail requiere de mucha inversión y es en todo caso preferible ingresar al granel o mercancía tipo bulk, para que a su vez el comprador en el extranjero ponga su marca y presentación.

Tabla 77: *Entrevista 3 Competitividad de la empresa*

CONSIGNA	VALORACIÓN			
	1	2	3	4
Contar con Registros sanitarios			x	
Contar con la certificación BPM				x
Contar con certificaciones BPA, certificaciones orgánicas, Global GAP, HACCP				x
Manejar grandes volumenes de producción			x	
Calidad del producto				x
Precio				x
Promoción y venta virtual (uso de redes sociales y pagina web)				x
Otro: *Políticas públicas en pro de las Mipymes para su más fácil internacionalización.*				

Fuente: Entrevista Ing. Verónica Acosta

Con respecto a los factores de competitividad para el ingreso al mercado estadounidense considera de vital importancia el contar con certificación BPM, certificaciones internacionales como BPA, Global GAP, HACCP y otras certificaciones orgánicas; calidad del producto, precio y promoción virtual para la venta. En menor escala el volumen exportable y contar con registro sanitario, la importancia de este último dependerá del nicho de mercado (Retail o bulk) si se pretende llegar al consumidor final de forma directa entonces el registro sanitario es imperativo.

La gerente de la empresa asegura que un factor vital para la expansión comercial de las mipymes es la política pública que maneje el Estado en amparo a los pequeños productores con miras a la exportación; pues menciona que cualquier certificación con inversión se puede conseguir pero que un factor de competitividad que nos falta como país es la mejora de políticas públicas para la producción y la cadena de valor que incentiven a las pequeñas iniciativas, expresó además, que deberían existir una política laboral más flexible para las mipymes pues este es uno de los rubros más fuertes a cubrir y sin una cartera de clientes amplia y estable se vuelve cada vez más complicado.

Al consultar sobre los canales de venta de sus productos, dice que emplea su página web, Facebook e Instagram, además de la participación en muchas macro ruedas de negocio en donde se generan contactos.

Se consultó sobre el consorcio exportador de frutos deshidratados conformado en 2014 por 6 pequeñas empresas llamado Ecua-Dehyd, la entrevistada aseveró que el consorcio se conformó con mucha expectativa pero que por falta de cooperación entre empresas no se logró cumplir con el objetivo de alianza para la exportación.

En referencia al programa Exporta Fácil asegura que si había considera su uso, pero por la no consolidación en negociaciones no se empleó; sin embargo, está de acuerdo con que la utilización del mismo en la provincia del Carchi podría generar una cultura exportadora siempre y cuando exista un mayor control en los precios.

4.3 DISCUSIÓN

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en 2016 publicó su estudio sobre los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social. En el cuál se analiza la rentabilidad relativa y encadenamiento productivo para cada sector de la economía, destaca el apoyo a sectores de bienes finales como la confitería, camarón elaborado y carne de bovino y porcino. En la publicación se resalta que potencializar la producción para la exportación en estos sectores resulta fundamental, pues son bienes de consumo final, con mayor procesamiento y valor agregado. (p. 32-33). Con la presente investigación se apoya a este cambio estructural y se pretende la potencialización en la exportación para la empresa Agroindustrias Carchi.

El reporte actualizado al 2020 del Global Market Trajectory and Analytics con respecto a las frutas deshidratadas, proyecta un incremento que pasa de US$7.4 billones en 2020 a US$9.9 billones para el 2027. El consumo del mercado estadounidense para este producto se estima de US$ 2 billones.

Por medio del análisis estadístico de la investigación se corrobora que Estados Unidos es en realidad uno de los países con mayor adquisición de frutos deshidratados colocándose dentro de los primeros cinco países importadores a nivel mundial, seguido del mercado europeo.

De acuerdo al informe de estudio de campo de OCEs representantes de Ecuador en Miami, los frutos deshidratados mayormente demandados en Estados Unidos son los tropicales: Mango, banano, piña y uvilla. Con el análisis de datos en la investigación se demuestra que el banano deshidratado es el de mayor volumen de exportación de Ecuador hacia el mundo con una representación del 97,2% del valor total exportado entre los 4 frutos deshidratados; seguido por la piña, el mango, y desde el año 2016 se muestran datos de uvilla (Golden Berry) de exportación, cuyo crecimiento exportable desde su primer registro en 2016 en comparativa con el volumen exportado en 2019 ha sido del 144,83%.

De acuerdo a Crespo, J. 2015 citado por Cajamarca, D. et al. (2019) las frutas deshidratadas son apetecidas en países que tienen cuatro estaciones y cuyo clima dificulta encontrar variedad de fruta durante todo el año. Al Ecuador estar ubicado en el eje ecuatoriano dispone de variabilidad de pisos climáticos que le ofrecen la oportunidad de producción constante de frutas y hortalizas de gran calidad.

Lo antedicho se logró verificar con el análisis estadístico , en conformidad a la competitividad del país como proveedor internacional de frutos tropicales, se determinó que Ecuador se encuentra en el puesto N° 16 como proveedor internacional de Mango, primero como proveedor de Banano, séptimo como país proveedor de piña y en el puesto N° 79 como proveedor de uvilla. A pesar de encontrarse por debajo de Perú y Colombia (puestos 53 y 54 respectivamente), Ecuador percibe un mayor ingreso por unidad exportable. Por cada tonelada de uvilla a Ecuador le pagan $9230 mientras que a Colombia $8410 y a Perú $3550. Dato que ratifica la calidad superior del producto ecuatoriano.

Con respecto a la competitividad agroindustrial de la provincia, el INEC en su directorio de empresas y establecimientos en 2019 describe la representación de empresas por provincia. La provincia del Carchi cuenta con el 0,78% de empresas con actividad productiva y la representación de participación en ventas es de apenas el 0,2%.

La investigación aporta otra arista a estos datos estadísticos. De las 644 empresas de la Zona 1 registradas en la base de datos de Pro Ecuador, tan solo el 11,49% pertenece al sector agroindustrial y de este porcentaje el 4% (25 empresas) lo representa la agroindustria en Carchi, y de este porcentaje apenas el 16% es decir 4 empresas se encuentran clasificadas como aptas para exportar. Agroindustrias Carchi se encuentra en la clasificación “Amarillo AA” dentro de Ruta Pro Ecuador.

La empresa de estudio tiene 20 años de experiencia en el mercado nacional con la venta de tres líneas de producción: frutos y verduras deshidratados, frutos pasas o semi deshidratados azucarados y línea de frituras. Su capacidad de producción entre las 2 líneas de deshidratados es de 13000 Kg al mes mientras que el de frituras es de 2080 Kg al mes. La empresa ha crecido exponencialmente en sus ventas y promoción virtual cuentan con producción audio visual de sus productos y mantienen su tienda virtual, así como sus redes sociales actualizadas.

Del comparativo de estudiar la demanda y oferta exportable de estos productos se determinó que con la producción de 10000 Kg mensual (120 Ton. Anuales) por parte de la empresa Agroindustrias Carchi, se logrará cubrir el 0,167% del total de la proyección de la demanda norteamericana lo que implica el 0,02% del total de la demanda insatisfecha para el 2021.

Si bien es cierto Agroindustrias Carchi cuenta con su propia marca comercial "Kukawi" se optó por acogerse al modelo de intercambio intraindustrial sugerido por la Nueva Teoría de Comercio que aborda la posibilidad de las empresas de alcanzar economías de escala en un mercado global, en este sentido hay un intercambio de productos diferenciados pertenecientes a un mismo sector. El estudio ha demostrado que este tipo de comercio es el más beneficioso para la pequeña empresa y que deberá actuar como proveedor internacional de insumos sin marca propia para otras industrias alimenticias en el mercado norteamericano.

Para lograr las primeras exportaciones hacia el mercado estadounidense se estimó la micro exportación como la opción más viable, misma que fue previamente sugerida por el análisis económico regional del comercio fronterizo colombo-ecuatoriano publicado por la revista Sathiri en el año 2012 cuando recién iniciaba en la región el impulso exportador a las Mipymes, se resalta la participación de Proexport de Colombia en el fomento a las exportaciones de pequeños productores en volumen reducido y cómo esto promovió la mejora en las condiciones comerciales por lo que recomienda un plan de micro exportación para ayudar al fomento productivo y exportable de departamento de Nariño, uno de los menos desarrollados de Colombia. Al compartir la misma frontera y considerando los preceptos de la teoría del centro a la periferia, esta realidad es compartida por la provincia del Carchi. Es así que durante la investigación se determina al programa exporta fácil como alternativa para los primeros acercamientos con los clientes estadounidenses.

Sin embargo, durante el desarrollo de este trabajo de investigación la empresa pública "Correos del Ecuador" entró en proceso de liquidación y con ello se paralizó la actividad de la herramienta simplificada conocida como "Exporta fácil". Mediante Decreto Ejecutivo 1056 se procede a dar cese a las actividades de la empresa pública Correos del Ecuador (CDE EP) e inicia proceso de liquidación por lo que el servicio de exportación simplificado "Exporta Fácil" se encuentra suspendido hasta que otra empresa sustituya y retome las actividades de Correos del Ecuador.

Con decreto ejecutivo 1244, el gobierno nacional crea Servicios Postales del Ecuador (SPE EP) una nueva empresa con un modelo distinto de gestión que prevé la participación de socios estratégicos especializados en transporte y distribución de paquetería; y con la cual se espera que se retome el servicio se exportación simplificada. En las entrevistas a expertos se consultan aspectos de la herramienta exporta fácil con la finalidad de conocer el uso que se le dio y los beneficios que tuvo.

A pesar de que se contempla la micro exportación con otras empresas Courier, el estudio sugiere que para lograr cumplir con la demanda insatisfecha proyectada se requiere exportar 10000 Kg mensuales que se dispondrán en un Full Conteiner de 20" paletizados. De acuerdo al estudio de mercado la disposición de frutos semi deshidratados al granel es en presentación de 5Lbs (2,28 Kg), por lo que se colocarán 28 paquetes en cada caja de exportación, dando un total de 16 cajas por pallet, es decir 160 cajas por envío de contenedor.

Al hacer el análisis financiero con la tasa de descuento y la tasa de descuento ajustada al riesgo se obtiene factibilidad en el proyecto pues la tasa interna de retorno es superior a las tasas de descuento. El van con la tasa de descuento del 6,71% es de $1.166.334 mientras que con la tasa de descuento ajustada al riesgo (16,71%) el VAN sería de $467.524. El índice de rentabilidad con ambas tasas es superior a 1 por lo que el proyecto de inversión es rentable. Con la primera tasa se estima recuperar 67 ctvs. por cada dólar invertido, y con la segunda se recuperaría 32 ctvs. por cada dólar invertido

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.CONCLUSIONES

- La presente propuesta de exportación aporta al cambio de la Matriz Productiva que ampara el Plan de Gobierno Nacional, el impulsar la exportación de productos pertenecientes al sector agroindustrial es clave para el impulso de la economía nacional pues la producción dentro de este sector no requiere demasiadas importaciones ya que los insumos provienen de la industria local y por tal motivo el consumo intermedio es elevado.

- Actualmente la agroindustria se posiciona como el sexto sector con mayor representación en exportación, al 2020 tuvo un porcentaje de participación del 4,47%. A nivel de la Zona 1 (Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos) se encuentran registradas 644 empresas, de las cuales 74 pertenecen al sector agroindustrial y 25 de éstas se ubican en Carchi, sin embargo, solo 4 empresas se encuentran registradas como exportadoras o con potencial exportador. Al Agroindustrias Carchi lograr exportar hacia el mercado estadounidense incidiría en este indicador de competitividad incrementando el actual 16% de empresas agroindustriales exportadoras al 20%.

- Agroindustrias Carchi posee 3 líneas de producción, pero el enfoque exportador se centrará en la línea de frutos semi deshidratados dulces (frutas pasas) tropicales mayormente demandados por el mercado norteamericano: el banano, la piña, mango y uvilla. Esto debido al mayor margen de ganancia. En el mercado nacional cada Kg de producción tiene un costo unitario variable de $6,34 y el precio de venta promedio es de $10,50 por Kg; es decir una rentabilidad del 65% que se ajusta a un 40% para la exportación y con ello lograr ingresar con un precio competitivo con una relativa pérdida de ganancia por unidad de producción, pero con una elevada ganancia por volumen.

- Agroindustrias Carchi maneja su nombre comercial Kukawi, sin embargo, se manejará una estrategia de Joint Venture con distribuidoras de esta línea de alimentos en Estados Unidos, por lo que se exportará la mercancía tipo Bulk; es decir sin marca comercial a granel si bien es cierto la ganancia Retail es mucho mayor así también lo es la inversión que toca hacer en imagen, registro de marca en el país destino, certificaciones, sin contar compromisos comerciales más estrictos. El exportar a granel permitirá a la empresa trabajar al 100% de su capacidad instalada y ganar experiencia en el mercado internacional.

- Para la exportación es imperativo conseguir la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que es el requisito mínimo exigible por el mercado norteamericano. Para ellos se requerirá una inversión de $50000 para la mejora de instalaciones.

5.2.RECOMENDACIONES

- La agroindustria tiene una importancia estratégica y un rol protagónico en el proceso de crecimiento del país y en el cambio de la matriz productiva. Esto implica que se requiere un programa de políticas que apunten a modificar la estructura productiva. El gobierno debe priorizar políticas que apoyen la exportación de mipymes; la herramienta de exportación ágil "Exporta fácil" debe retomarse con ajustes para poder brindar un mejor servicio y convertirse en un instrumento multiplicador de exportaciones.

- Utilizar la micro exportación hasta que se consolide el comprador internacional, debido a la considerable capacidad productiva mensual de 10000 Kg es preferible exportar en término de negociación FOB en caso de ser un full conteiner y en FCA en caso de que se requiera consolidación de mercancía. Estos términos de negociación suponen un riesgo moderado para el vendedor considerando la incursión al mercado estadounidense.

- Agroindustrias Carchi debe continuar con su apunte hacia el canal de ventas virtual y direccionarlo al mercado extranjero con opción de lenguaje y manejar la unidad de medida americana.

- La empresa debe adecuar sus instalaciones y estandarizar procesos para poder maximizar su capacidad de producción. Una vez obtenido el certificado BPM se debe tramitar el HACCP altamente considerado en mercados extranjeros, así como certificaciones orgánicas si en futuro pretende posicionarse en Retail.

- Asistir a Agendas comerciales y ruedas de negocio programadas por Pro Ecuador y embajadas de otros países para generar contactos y tener una cartera de clientes internacionales.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Angus, A., & Westbrook, G. (2020). *Top 10 Global Consumer Trends 2020.* Euromonitor International.

Banco Mundial. (2019). *Panorama general.* Recuperado de https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview

Banco Mundial. (2021). *Databank.* Recuperado de Indicadores del desarrollo mundial: https://databank.bancomundial.org/reports.aspx?source=2&country=USA

BBC News. (2019). *Latinos en Estados Unidos: Las 10 ciudades en las que viven mpas hispanos*. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-47036609

BCE. (2021). *Producto Interno Bruto por Industria*. Recuperado de https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp

Cajamarca Carrazco, D., Mendoza Castillo, J., & Baño Ayala, D. (2019). *La calidad una metodología innovadora y sostenible en la producción de frutas deshidratadas.* Observatorio de la Economía Latinoamericana, 1-12.

Cárdenas, S. (2015). *Balanza comercial del Ecuador en tiempos de dolarización.* Recuperado de http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf

CEPAL. (2015). *Venta de alimentos importados en los EE.UU.* Recuperado de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/25.06.2015_jerry_shaye_presentacion_eeuu.pdf

CEPAL. (2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social.* Naciones Unidas, Santiago: Naciones Unidas. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40863/1/S1601309_es.pdf

CEPAL. (2018). *Promoción para la innovación exportadora, Instrumentos de Apoyo a las Pymes.* Naciones Unidas, Santiago: Naciones Unidas. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43363/S1701299_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CIA World Factbook. (2021). *Wold Factbook United States*. Recuperado de https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/united-states/#transnational-issues

CIP. (2015). *Cámara de Industrias y Producción* . Recuperado de http://www.cip.org.ec/wp-content/uploads/2015/Informe-de-gestion-CIP-2014-2015.pdf

COMEX. (2017). *Arancel Nacional sexta enmienda.* Recuperado de https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-020-2017.pdf

De la Hoz, E., González, Á., & Santana, A. (2016). *Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales*. La Serena, 11-18. Recuperado de https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642016000600003

Delfín, O., & Bonales, J. (2014). *Desempeño competitivo del sector agroindustrial en el Estado de Michoacán.* Investigación Administrativa núm: 114 ISSN: 1870-6614, 43-66.

Equipo OCE Nueva York. (2018). *Mango, piña, uvilla y banana deshidratada en el mercado de Estados Unidos.* Recuperado de https://www.proecuador.gob.ec/mango-pina-uvilla-y-banana-deshidratada-en-el-mercado-de-los-estados-unidos-marzo-2018/

Fedefruta. (2017). *Consumo mundial de fruta deshidratada sería de 4 millones de toneladas en 2020*. Recuperado de https://fedefruta.cl/consumo-mundial-de-frutas-deshidratadas-seria-de-4-millones-de-toneladas-en 2020/

FEDEXPOR. (2020). *En perspectiva: El acuerdo comercial de primera fase con Estados Unidos*. Recuperado de https://www.fedexpor.com/el-acuerdo-comercial-de-primera-fase-con-estados-unidos-y-el-inicio-de-una-negociacion-bilateral/

Fedexpor. (2020). *Reporte Estadístico de Comercio Exterior.* Guayaquil: Fedexpor.

Flourish Studio. (2020). *Evolución del Salario Básico Unificado en Ecuador*. Recuperado de https://app.flourish.studio/visualisation/1153655/

Frohmann, A., Mulder, N., Olmos, X., & Urmeneta, R. (2016). *Internacionalización de las pymes, innovación para exportar.* Naciones Unidas, Santiago: CEPAL.

García, A., Malagón Sáenz, E., & García Mogollón, J. (2018). *Modelos de negocios en pymes agroindustriales: desafíos en el siglo XXI*. In Vestigium Ire, 11(2), 41-67. Recuperado de http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1549

Global Market Trajectory & Analytics. (2020). *Dried Fruit.* Recuperado de https://www.strategyr.com/market-report-dried-fruits-forecasts-global-industry-analysts-inc.asp

Global Trade Helpdesk. (2020). *Centro de Comercio Internacional, Naciones Unidas y Organización Mundial del Comercio.* Recuperado de https://globaltradehelpdesk.org/es

GrandViewResearch. (2020). *Dried Fruit Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Apricots, Dates, Raisins, Figs, Berries), By Distribution Channel (Supermarkets & Hypermarkets, Online), By Region, And Segment Forecasts, 2020 - 2027.* San Francisco: Grand View Research, Inc.

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw Hill.

ICEX. (2019). *Ficha técnica del Estado de Florida*. Recuperado de https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mde5/odi4/~edisp/doc2019828636.pdf?utm_source=RSS&utm_medium=ICEX.es&utm_content=06-08-2019&utm_campaign=Ficha%20T%C3%A9cnica%20del%20Estado%20de%20Florida.%20Estados%20Unidos%202019

iContainers. (2021). *Cotización Transporte Marítimo*. Recuperado de https://www.icontainers.com/es/cotizaciones/FCL/USPEF/PORT/US/ECGYE/PORT/EC/

INEC. (2018, 10). *Directorio de empresas y establecimientos 2017*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf

INEC. (2019). *Directorio de empresas y establecimientos 2019*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Principales_Resultados_DIEE_2019.pdf

ITC. (2020). *Mapa de acceso al mercado*. Recuperado de https://macmap.org/

iwttrading. (2017). *Miami centro de comercio internacional*. Recuperado de https://iwttrading.com/miami-centro-comercio-internacional/

Kunday, Ö., & Şengüler, E. (2015). *A Study on Factors Affecting the Internationalization Process of Small and Medium Enterprises* (SMEs). 972-981.

Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación cuantitativa y cualitativa. Guía Didáctica.* Neiva.

Moreno Miranda, C., Moreno Miranda, R., Pilamala Rosales, A., Molina Sánchez, J., & Cerda Mejía, L. (2019). *El sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la uvilla (Physalis peruviana)* . Ciencia y Agricultura, 31-51.

OEC. (2020). *Ecuador.* EE. UU: Laboratorio de medios MIT.

Okdiario. (2018). *Beneficios de comer frutas deshidratadas*. Recuperado de https://okdiario.com/salud/beneficios-comer-frutas-deshidratadas-3034353

OMC. (2019). *Exámen de políticas comerciales.* Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s383_sum_s.pdf

Orozco, M. (2018). *EE.UU. renovó las preferencias arancelarias para exportaciones de Ecuador*. El Comercio.

Ortiz Ramos, M., & López Zambrano, R. (2014). *Frontera Sur: Una propuesta de investigación regional.* Sathiri N° 5, 118-131.

Pebsa. (2020). *Productos Elaborados de Bolívar*. Recuperado de https://www.pebsa.com/

Pedrosa, S. (s.f.). *Coste de Oportunidad*. Recuperado de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/coste-de-oportunidad.html

Pellin Cislaghi, T., Biques Fernandes, E., Wegner, D., & . (2017). *O Processo de Internacionalização na Transformação das Capacidades Dinâmicas de Pequenas Empresas.* Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 584-615. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6718811.pdf

Pereira Nunes, M., & de Souza Lequain, L. (2016). *The application of competitive intelligence in export markets selection: A comparative analysis of four methods.* 11(3), 22-35. Recuperado de https://internext.espm.br/internext/article/download/347/287

Policonomics. (2018). *Gottfried von Haberler*. Recuperado de https://policonomics.com/es/gottfried-haberler/

ProEcuador. (2020). *Ruta del Exportador*. Recuperado de https://www.proecuador.gob.ec/ruta-del-exportador/

Revista Líderes. (2017). *La fruta seca suma consumidores locales.* Recuperado de https://www.revistalideres.ec/lideres/fruta-seca-suma-consumidores-locales.html

Revista Líderes. (2018). *Ellos exportan puré de banano.* Recuperado de https://www.revistalideres.ec/lideres/exportan-pure-banano-exportaciones-ecuador.html

Santandertrade. (2021). *Estados Unidos: Política y economía*. Recuperado de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Festados-unidos%2Fpolitica-y-economia&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser

SENAE . (2015). *SENAE-DGN-2015-0641-RE. Regulaciones para los envíos al exterior de mercancías con o sin finalidad comercial, bajo los regímenes de excepción: "Tráfico postal" y "Mensajería acelerada o courier".* Recuperado de https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/SENAE-DGN-2015-0641-RE.pdf

SENAE. (2020). *SENAE-2020-0059-RE.Guía de operadores del comercio exterior para la gestión de las declaraciones aduaneras de exportación y de las declaraciones aduaneras simplificadas de exportación.* Recuperado de http://www.pudeleco.com/infos/RESOL059SENAE.pdf

SENPLADES. (2017, 09 22). *Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida*. Recuperado de www.planificacion.gob.ec/wp-content/.../PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Senplades. (2017). *Toda una Vida: Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021* . Quito, Ecuador.

Tapia, E. (2021). *El Comercio.279 productos ecuatorianos pierden preferencias arancelarias desde el 1 de enero de 2021 para ingresar a EE.UU:* https://www.elcomercio.com/actualidad/productos-ecuatorianos-preferencias-arancelarias-eeuu.html

Torres, K. (2019). *Empresarios analizaron los beneficios de posible acuerdo con EE.UU.* El Telégrafo .

US Census Bureau. (2019). *Top 10 Most Populous Metropolitan Areas.* Recuperado de https://www.census.gov/newsroom/press-kits/2020/pop-estimates-county-metro.html

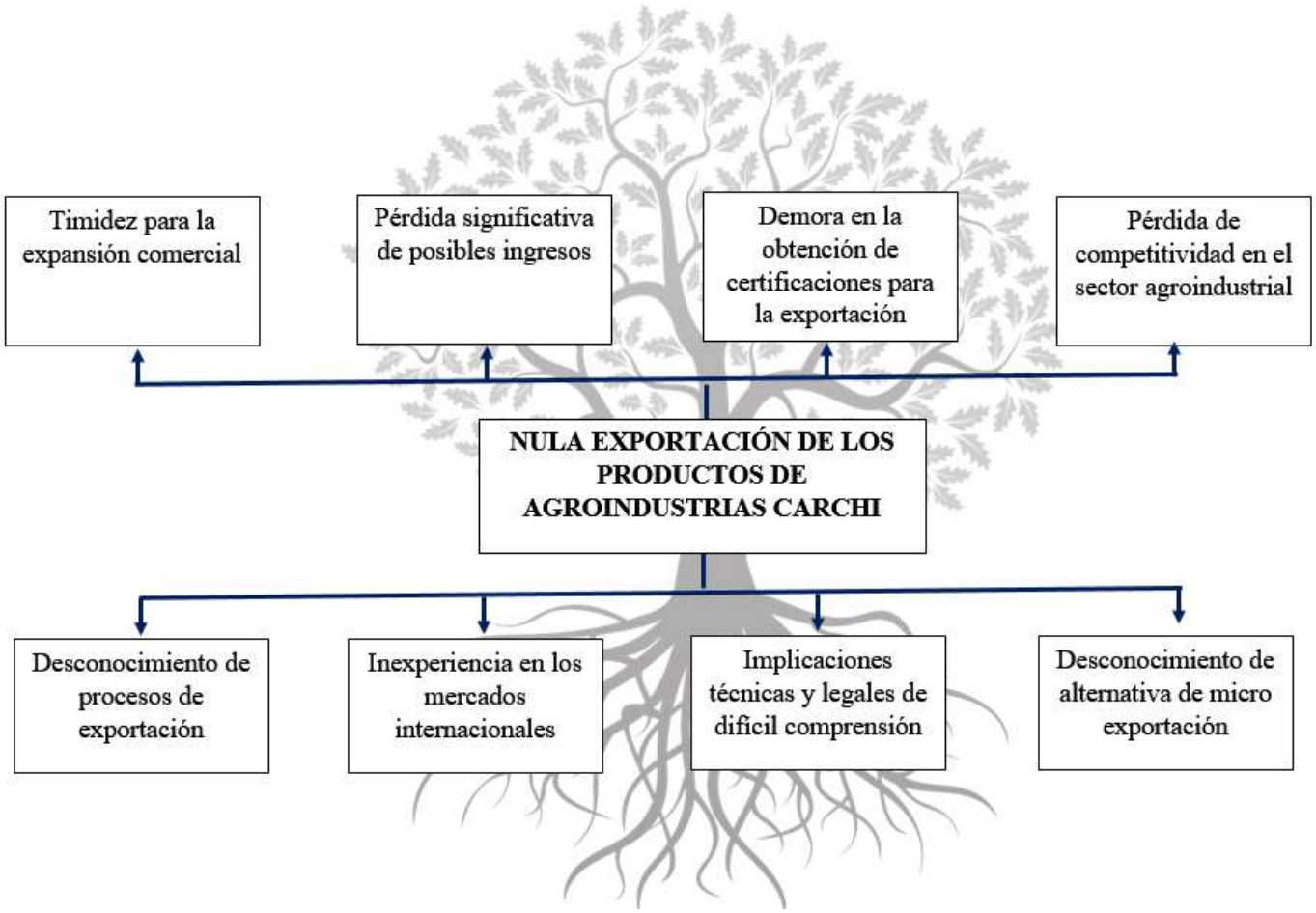
Valencia Bonales, J., Torres Zamora, A., & Paniagua Ortiz, C. (2015). *Variables e Índices de Competitividad de las Empresas Exportadoras, utilizando el PLS.* Cimexus, 10(2), 13-32. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5480549

Vera, E. (2019). *Ecuador y Estados Unidos firman seis acuerdos de cooperación y se compromenten a reunirse anualmente*. Recuperado de https://www.eluniverso.com/noticias/2019/05/22/nota/7342805/ecuador-estados-unidos-firman-seis-acuerdos-cooperacion-acuerdan

Zacarías, J., & Martínez, C. (2008). *Paúl Krugman y el Nuevo Comercio Internacional.* Criterio Libre N° 8, 73-86.

VII. ANEXOS

Anexo 1: *Árbol de problemas*



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: *Teorías de Comercio*

TEORÍA	PRINCIPIO	APLICACIÓN
Ventaja Competitiva (Michael Porter)	"Basada en la capacidad tecnológica y humana para producir más y mejor, buscando optimizar la calidad de los procesos y el producto terminado, afrontando las posibles ventajas comparativas que poseen los países" (Delfín & Bonales, 2014) Ésta teoría hace alusión a que la ventaja competitiva se obtiene a través de costos bajos y diferenciación. El desempeño de una empresa está directamente relacionado con su estructura y su posicionamiento dentro del sector en el que compite; en tal virtud se debe considerar 5 fuerzas básicas: el poder de negociación con los clientes, el poder de negociación con los proveedores, la amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de productos sustitutos y la amenaza de nuevos competidores.	La teoría de la Ventaja Competitiva se encuentra directamente relacionada con la variable de competitividad agroindustrial debido a que la finalidad de realizar micro exportaciones trasciende el rédito económico, busca un desempeño sobresaliente dentro del sector agroindustrial mediante el análisis de fuerzas competitivas que podrían afectar el actuar de Agroindustrias Carchi dentro del sector.
La nueva Teoría del Comercio Internacional (Krugman)	Krugman montó su teoría partiendo del concepto de "economías de escala" en donde una mayor producción implica un menor costo productivo y a su vez esto facilita la oferta de productos, beneficiando a los consumidores, lo que "concluyó en la formulación de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada". (Zacarías & Martínez, 2008) El autor predica que para innovar en el mercado no se requiere de elevada tecnología, es más importante el factor novedad, lo importante es brindar la diversidad de consumo que tanto aprecia el cliente.	La nueva Teoría del Comercio Internacional respalda la investigación porque mediante la micro exportación como herramienta de simplificación de procesos para la exportación la empresa Agroindustrias Carchi logrará la internacionalización con un menor costo de distribución; y al poder incursionar en un mercado más extenso con alta demanda de frutos deshidratados fomentará la producción de la empresa y posiblemente una mayor diversificación.
Costo de Oportunidad (Gottfried von Haberler)	El costo de oportunidad no es más que "el coste de la alternativa a la que renunciamos cuando tomamos una determinada decisión, incluyendo los beneficios que podríamos haber obtenido de haber escogido la opción alternativa". (Pedrosa, s.f.) Haberler "demostró que el comercio internacional aumenta la eficiencia económica y el nivel de vida, y por ello fue un ferviente defensor del libre comercio".	Esta teoría encaja con la oferta que maneja la pequeña empresa "Agroindustrias Carchi", si bien es cierto la provincia no puede competir hacia el mercado internacional con frutas y hortalizas frescas, pero el tipo de transformación (frutos deshidratados) permite aprovechar ese excedente productivo que no es viable exportar y generar utilidad. Además la empresa está arriesgando su costo de oportunidad en el mercado nacional para poder expandirse hacia Estados Unidos.

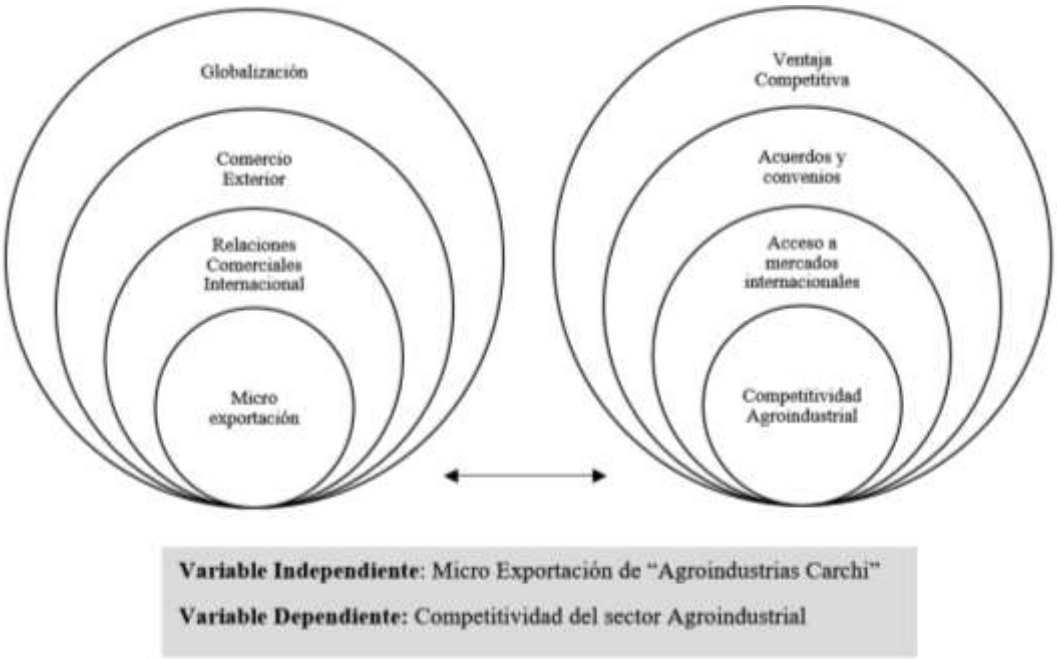
Fuente: (Delfín & Bonales, 2014)**;** (Zacarías & Martínez, 2008)**;** (Pedrosa, s.f.)

Anexo 3: *Marco Legal*

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008 **CAP. IV, Sec. 1.** Sistema económico y política económica **CAP. IV, Sec. 7.** Sobre la Política Comercial	**Art. 284** La política económica tendrá los siguientes objetivos: 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional. 7. Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo. 8. Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes. **Art.304** La política comercial tendrá los siguientes objetivos: 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial fortaleciendo el aparato productivo y la producción nacional. 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. **Art. 306** El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal (...)
SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP)	Active and Recently Completed GSP Eligibility and Country Practices Reviews El 23 de marzo de 2018 EE.UU. renueva el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) para Ecuador hasta diciembre de 2020.
CÓDIGO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES	**Art. 4: Fines**: La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines: **a.** Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco-eficiente; **c.** Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, (...); **e.** Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores. **Art. 93. Fomento a la exportación:** El Estado ecuatoriano fomenta las exportaciones y las promueve mediante mecanismos de manera directa e inmediata con capacitaciones, facilidades de información, desarrollo de mercados, conformación de uniones de exportadores, sin perjuicio de la norma legal o programas gubernamentales. **Art. 154. Exportación definitiva:** Se define como la salida de mercancías en libre circulación hacia el exterior, pero que estén en sujeción a las disposiciones establecidas en el COPCI y en las demás normas aplicables.
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO "TODA UNA VIDA" (2017-2021). EJE 2: ECONOMÍA AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD.	**OBJETIVO 5:** Impulsar la competitividad y productividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. 5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales...disponbilidad de servicios conexos y otros insumos para generar valor agregado y procesos de industrialización. 5.4 Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica. 5.5 Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo. 5.9 Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria. **OBJETIVO 6:** Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural. 6.5. Promover el comercio justo de productos, con énfasis en la economía familiar campesina y en la economía popular y solidaria.

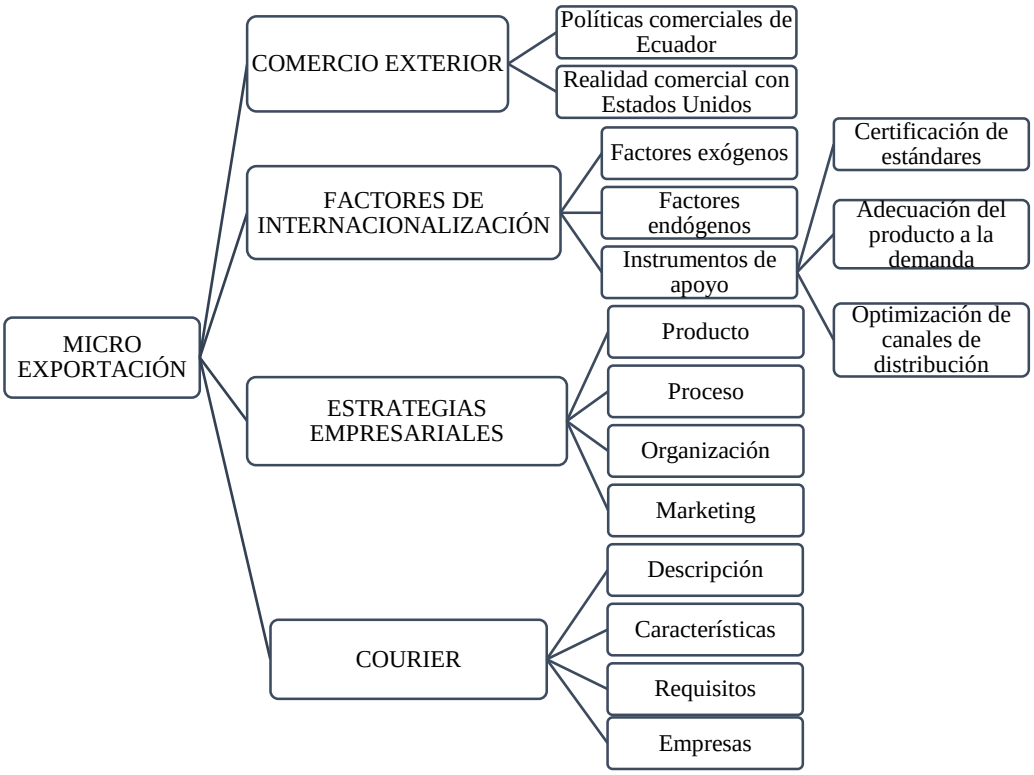
Fuente: Datos investigación

Anexo 4: *Marco Conceptual (Correlación de Variables)*



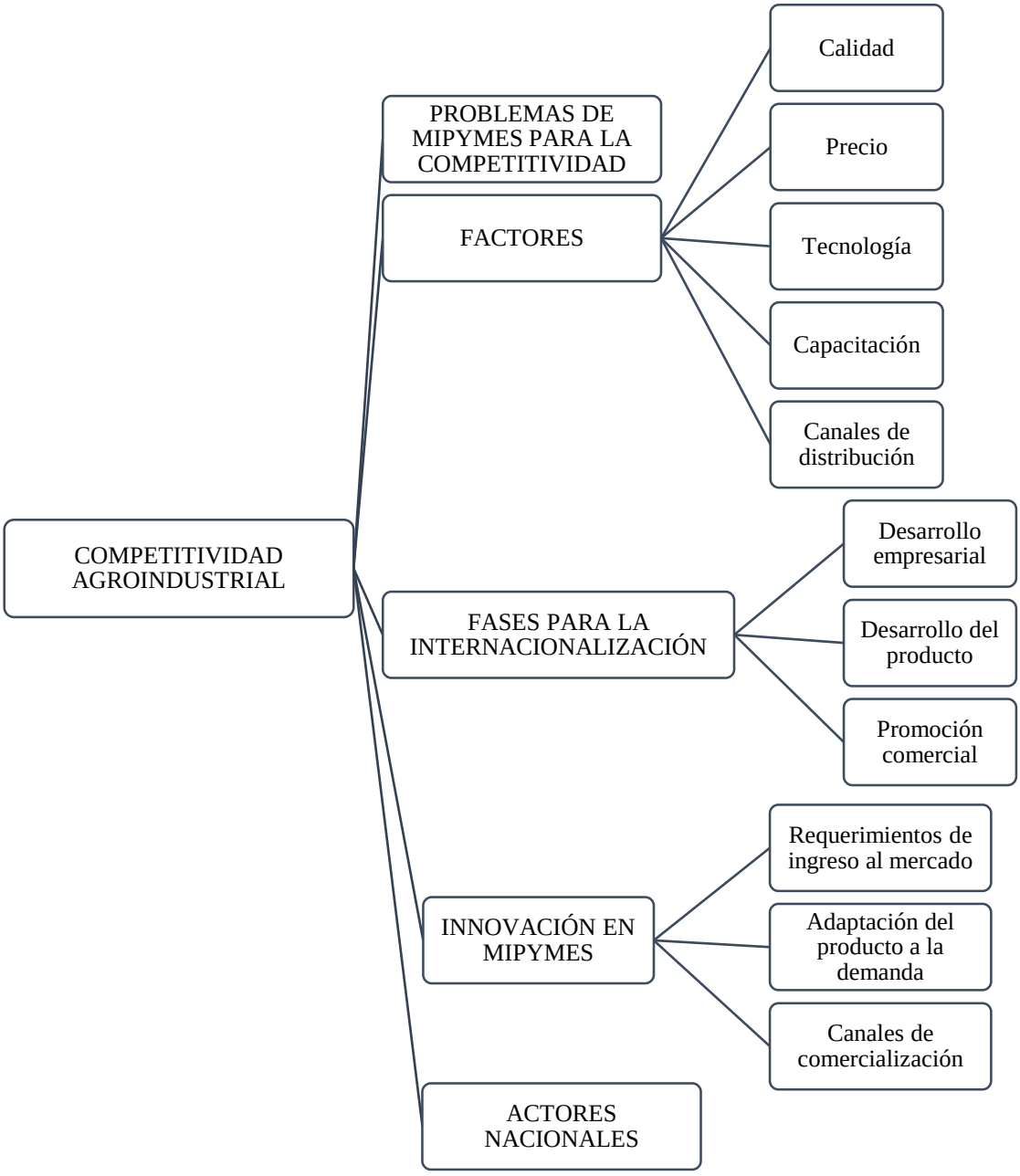
Fuente: Elaboración propia

Anexo 5: *Conceptualización de la variable Micro Exportación*



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6: *Conceptualización de la variable competitividad agroindustrial*



Fuente: Elaboración propia

Anexo 7: *Base de Datos Empresas Zona 1*

PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

BASE COMPLETA DE CUENTAS DE EXPORTADORES DEL CRM

Reporte RPT0001 - Fecha Descarga: 2/12/2021 12:04:04 PM Total empresas: 644

IDENTIFICACION FISCAL	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	TIPO EMPRESA	RUTA PROECUADOR	CIUDAD	PROVINCIA	DIRECCION	TELEFONO	CODIGO ZONAL	ZONAL	TAMAÑO EMPRESA
0890051405001	ALESPALMA S.A.	ALESPALMA S.A.		EXPORTADOR	AMARILLO	SAN LORENZO	ESMERALDAS	PRINCIPAL KM 5 1/2 VIA IBARRRA SAN LORENZO S/N CENTRO	593-6-2780001	1	ZONA 1: ESMERALDAS, CARCHI, IMBABURA, SUCUMBIOS	GRANDE (DE 150 EMPLEADOS EN ADELANTE)
0401126404001	ALEX ARMANDO ALMEIDA MONTENEGRO		ALEX ARMANDO ALMEIDA MONTENEGRO	PRODUCTOR EXPORTADOR	VERDE	TULCAN	CARCHI	10 DE AGOSTO Y RAFAEL ARELLANO	+593-62986474	1	ZONA 1: ESMERALDAS, CARCHI, IMBABURA, SUCUMBIOS	MICROEMPRESA (DE 1 HASTA 9 EMPLEADOS)
1003424585001	ALVAREZ MINAYO EDWIN BLADIMIR	CHACKE SEEDS	ALVAREZ MINAYO EDWIN BLADIMIR	PRODUCTOR	AMARILLOAA	COTACACHI	IMBABURA	MARCO TULIO RUBIO Y VACAS GALINDO	+593-6-2537023	1	ZONA 1: ESMERALDAS, CARCHI, IMBABURA, SUCUMBIOS	MICROEMPRESA (DE 1 HASTA 9 EMPLEADOS)
2100308721001	ANDI ANDY FANNY DIANA	EXPORT "ANVI"	ANDI ANDY FANNY DIANA	PRODUCTOR EXPORTADOR	AMARILLO	NUEVA LOJA	SUCUMBIOS	VIA AGUARICO S/N Y POZO CINCO	+593-991526606	1	ZONA 1: ESMERALDAS, CARCHI, IMBABURA, SUCUMBIOS	MICROEMPRESA (DE 1 HASTA 9 EMPLEADOS)
0400471868001	ARGOTI ZAMBRANO HERNAN RAMIRO	ARGOTI ZAMBRANO HERNAN RAMIRO	ARGOTI ZAMBRANO HERNAN RAMIRO	PRODUCTOR	AMARILLO	TULCAN	CARCHI	PORTUGAL Y AV. TULCANAZA	+593-998781919	1	ZONA 1: ESMERALDAS, CARCHI,	MICROEMPRESA (DE 1 HASTA 9 EMPLEADOS)

RPT_BaseCompleta | Hoja2 | Hoja1

Fuente: Datos primarios "Pro Ecuador"

Anexo 8: *Tabla resumen " Empresas Agroindustriales en Carchi"*

N°	NOMBRE COMERCIAL	TIPO EMPRESA	RUTA PRO ECUADOR	CIUDAD	TAMAÑO DE EMPRESA	PRODUCTOS	CERTIFICACIONES	SECTOR
1		productor exportador	Verde	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	aceite crudo de palma.	* Agrocalidad * Invima Colombia	Agroindustria
2	Argoti Zambrano Hernan Ramiro	productor	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	* quinua hidrolizado en polvo. 100 toneladas al mes. * proteinas lácteas. * cacao en polvo	notificaciones sanitarios en proceso	Agroindustria
3	Asociacion de Productores de Quinua del Carchi	eps productoras	Amarillo	Tulcán	mediana (de 50 a 149 empleados)	quinua lavada; quinua convencional: cantidades producidas 500000 quintales de 45 kg. toneladas 11,111.11. contenedores de 40 pies 292 al año.	en proceso fitosanitario.	Agroindustria
4	Asociacion el Capuli	eps productoras	Amarillo	San Gabriel	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	* lácteos, quesos. * dulces de frutas * carnes ahumadas y cortes	sanitario	Agroindustria
5	DEXI	eps productoras	Amarillo	Tulcán	mediana (de 50 a 149 empleados)	*cortes finos de carne seleccionados. * embutidos	sanitarias.	Agroindustria
6	Centro Agricola del Cantón Tulcán	productor	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
7	Comercializadora Basiroe s.a	comercializador	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	fréjol, quinua.	agrocalidad	Agroindustria
8	Nutripapa	productor	Amarillo	San Gabriel	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	papas en bastones empacadas al vacio y congeladas	sanitarias bpm	Agroindustria
9	Distarein cia.ltda	comercializador	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
10	Garcia Huertas Washington Nilo	productor	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	quinua, frejol	no, esta tramitando	Agroindustria
11	Jorge Pinzon	importador	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	compra de arroz, azucar, quinua cantidades grandes pasadas las 500 toneladas.		Agroindustria
12	Industria Lechera Carchi s. a.	productor	Amarillo	Tulcán	mediana (de 50 a 149 empleados)	leche pasuterizada.--quesos frescos, mozzarella.	si	Agroindustria
13	Indproagro s. a.	productor exportador	Verde	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	*quinua selecionada. * hojuelas, goodis, harina	si, fito, invima, noticifacion sanitaria, en proceso bpm	Agroindustria

N°	NOMBRE COMERCIAL	TIPO EMPRESA	RUTA PRO ECUADOR	CIUDAD	TAMAÑO DE EMPRESA	PRODUCTOS	CERTIFICACIONES	SECTOR
11	Jorge Pinzon	importador	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	compra de arroz, azucar, quinua cantidades grandes pasadas las 500 toneladas.		Agroindustria
12	Industria Lechera Carchi s. a.	productor	Amarillo	Tulcán	mediana (de 50 a 149 empleados)	leche pasuterizada.--quesos frescos, mozzarella.	si	Agroindustria
13	Indproagro s. a.	productor exportador	Verde	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	*quinua selecionada. * hojuelas, goodis, harina	si, fito, invima, noticifacion sanitaria, en proceso bpm	Agroindustria
14	Don Queso	productor	Amarillo AA	San Gabriel	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
15	Super Carnes "Mejia"	productor	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
16	Milma	productor	Amarillo AA	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	* quesos semi maduros. * Queso holadés * Queso probolone * Queso Cheddar * Queso fresco * Queso Mozarella Se ajusta a la demanda	notificaciones sanitarias de todos los productos	Agroindustria
17	Montenegro Mafla Carlos Efren	productor	Amarillo AA	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	quinua para consumo humano--pop quinua de sal y panela--harina de quinua	fda.	Agroindustria
18	**Agroindustrias Carchi**	**productor**	**Amarillo AA**	**Bolívar**	**pequeña (de 10 a 49 empleados)**	**orito deshidratado en cubitos, coco rallado desdhidratado, uvilla deshidratada, piña deshidratada, frutilla deshidratada, durazno deshidratado, mango deshidratado**	**Registro Sanitario BPM en proceso**	**Agroindustria**
19	Avejas Ecuador	productor	Amarillo AA	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
20	Importadora y Exportadora Proexport S.C	productor	Amarillo	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)	quinua lavada.--quinua procesada--arroz procesado--arroz crocante	* fitosanitarios en proceso * ARCSA en proceso	Agroindustria
21	PS Business	productor exportador	Verde	Tulcán	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
22		productor	Rojo	Bolívar	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
23		productor	Rojo	Bolívar	microempresa (de 1 hasta 9 empleados)			Agroindustria
24	Industria Lechera Gloria	productor exportador	Amarillo AA	Espejo	pequeña (de 10 a 49 empleados)	comercializacion de quesos (fresco, mozarella, queso crema) producen leche pasteurizada, mantequilla, crema y yogourt	bpms, fda	Agroindustria
25	Sociedad Civil Itamarex	comercializador	Verde	Tulcán	mediana (de 50 a 149 empleados)	exportador de cebolla		Agroindustria

Fuente: Adaptado de Base de Datos de empresas Zona 1 “Pro Ecuador”

Anexo 9: *Formulario 001 (Ficha de Observación)*

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

FORMULARIO 001

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA EMPRESA "AGROINDUSTRIAS CARCHI"

DATOS INFORMATIVOS

Provincia- Cantón: Carchi - Bolívar
Dirección: Buenos Aires s/n y Guayaquil.
Fecha: 12/10/2020
Hora Inicio: 15 h 10 Hora Término: 16 h 00

INDICACIONES	VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN
Marque con una **(x)** en cada indicador la valoración que se considere pertinente de acuerdo a la observación.	**0**	**ALERTA:** No evidencia, no presenta, no tiene o no realiza.
	1	**EN INICIO:** Tiene pero no logra aún el indicador.
	2	**EN PROCESO:** Cumple casi en su totalidad el indicador.
	3	**LOGRO SATISFACTORIO:** Cumple con el indicador permanentemente.

N°	Indicadores	Valoración				Observaciones
		0	1	2	3	
1	Instalaciones amplias para la producción de frutos deshidratados. (infraestructura)				x	Área de producción con amplitud de 1500m2.
2	Instalaciones propicias (pisos, techos, ventilación).			x		Cuenta con 4 plantas para tratar la fruta por etapas; las instalaciones requieren de una mejora.
3	Maquinaria y equipamiento para el desarrollo de la actividad económica.				x	2 deshidratadores, 1 freidor, 1 caldero, 2 centrifugadoras, lavadora, secadora, troceadores, procesadores alimentos industriales, marmitas a vapor,molinos, 2 hornos.
4	Asepsia en el proceso productivo.			x		Está implementando en manejo de las 9s de organización, orden y limpieza.
5	Cumplimiento de protocolos de calidad durante el procesamiento.				x	Cuenta con manuales de procesos y siguen protocolos de calidad.
6	Tratamiento de desechos.		x			Cuenta con un itinerario con horas para la eliminación de desechos, pero estos van al botadero del cantón.
7	Cuadro de asignación de personal y funciones.			x		Cuando la empresa requiere trabajar a su capacidad total, trabajan hasta 25 personas, pero sin especificaciones de asignación concretas.
8	Pictogramas de seguridad.		x			Hace falta implementar más.
9	Volumen de oferta exportable.				x	En condiciones promedio pueden producir 1Ton. Mensual de frutos deshidratados.
10	Variedad productiva.				x	Frutos y verduras deshidratados, frutos y verduras deshidratados dulces, chips, granola.
11	Supervisión en el proceso de producción.				x	Inspección constante de temperatura y tiempos.

Anexo 10: *Formulario 002 (Entrevista Gerente "Agroindustrias Carchi")*

UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA

NOMBRE: Ing. Rommel Pabón **CARGO:** Propietario

1. **¿Cuántos años de experiencia tiene Agroindustrias Carchi?** 20 años

2. **¿Cuál es la variedad de productos que maneja Agroindustrias Carchi bajo la marca de "Kukawi"?**
   - Frutas deshidratadas
   - snacks fritos
   - Frutas frescas (añadidos azúcar)

3. **¿Cuál es el procedimiento que sigue para la deshidratación de fruta?**
   - Recepción materia prima
   - desinfección
   - recepción
   - ingreso materia de secadora — deshidratación con aire caliente

4. **¿Cuál es su capacidad de producción mensual?** durabilidad de 6 meses
   13000 Kg para frutas frescas, 6000 Kg para deshidratados y 2080 Kg para snacks.

5. **¿Sus productos cuentan con registro sanitario?**
   Sí, cuenta con 8 tipos.

6. **¿Cuenta con la certificación BPM (Buenas Prácticas de Manufactura)?**
   No todavía, está la proyección pero se requiere capital aproximado de $ 50000.

7. **¿Cuenta con manuales y procesos de producción?**
   Sí de todas las líneas. Tiene los POES, limpieza y desinfección, estándares producción, fichas técnicas, manejo de desechos.

8. **¿Se encuentra registrado como exportador ante la Aduana?**
   No todavía.

9. **¿Alguna vez ha exportado de manera directa o indirecta?, especifique los detalles.**
   Indirecta; piña deshidratada orgánica a Suiza y Alemania en 2018-2016 hacia Alemania uvilla deshidratada. En la fabricación de bombones rellenos República del cacao.

10. **¿Cuáles son los canales de venta de sus productos?**
    Físico y virtual. Físico en tiendas y al detalle, locales de venta de especias.

Nombre: ROMMEL PABÓN TACO
C.I: 0400408467

Anexo 11: *Formulario 003 (Entrevista Especialista Zonal "ProEcuador")*

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA

NOMBRE: Ing. Oscar Ruano **CARGO:** Especialista Zonal

1. **Con respecto al programa exporta fácil: ¿Cuáles son las principales motivaciones de las empresas con aspiración a exportar para utilizarlo?**

* Valore del 1 al 5 de acuerdo a su criterio de importacia donde 5 es el más importante

CONSIGNA	VALORACIÓN					CRITERIO
	1	2	3	4	5	
Método más simplicado de exportación		X				Competición con Fedex es más económico, se puede exportar rápidamente, logística, precio.
Manejo de volúmenes pequeños				X		
Accesibilidad al programa desde cualquier punto del país			X			
Trámite aduanero gratuito	X					
Tarifas y tiempos competitivos					X	

2. **En su experiencia como encargado zonal de ProEcuador, valore el uso del programa exporta fácil, ¿Qué resultados se ha obtenido?**

* 1=No se utiliza 2= Escaso 3= Uso moderado 4= Uso satisfactorio

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Uso del programa exporta fácil en Carchi			X		Exportación de textiles y alimentos procesados.
Uso del programa exporta fácil en la Zona Norte del país				X	

3. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

* 1=Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= De acuerdo 4= Muy de acuerdo

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Existe suficiente información sobre el uso y los beneficios del programa exporta fácil en la provincia del Carchi		X			Es muy bajo el uso del programa en el carchi, tema sector productivo

Debe existir logística de cadena de frío.

* 1=Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= De acuerdo 4= Muy de acuerdo

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
El uso del programa exporta fácil ayudaría a generar una cultura exportadora en la provincia del Carchi.				X	Envío artesanías, muestras sin y con valor comercial, alimentos procesados.

4. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

* 1=Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= De acuerdo 4= Muy de acuerdo

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Se han cumplido con las expectativas de los usuarios con respecto al programa.		X			Falta de información y la demora transmisión de datos. Potencializar como exporta-Chile.

5. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

6. **Con respecto a los productos de agroindustria, ¿Cuáles considera son los factores de competitividad que permiten el fácil ingreso hacia el mercado estadounidense?**

* Valore del 1 al 6 de acuerdo a su criterio de importacia donde 6 es el más importante

CONSIGNA	VALORACIÓN						CRITERIO
	1	2	3	4	5	6	
Contar con Registros sanitarios						X	Frutas no tradicionales como mango, coco, aguacate, naranja, fruta, uvilla, arándano.
Contar con la certificación BPM						X	
Manejar grandes volumenes de producción			X				
Calidad del producto Global GAP; BPA orgánico					X		
Precio						X	
Promoción y venta virtual (uso de redes sociales y pagina web)						X	
Otro: Ferias Internacionales						X	

Amazon ebay exportapymes

Alianzas estratégicas con inversionistas y nacionales - Trading Internacionales

7. **¿Cuál es la evaluación del perfil exportador de Agroindustrias Carchi?**

Ruta pro-Ecuador (Amarillo AA). Mejorar las certificaciones, participación en ferias internacionales.

Nombre: Cesar Alejandro Guerrero Orellana

C.I: 0400997376

PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES
ZONA 1

GOBIERNO PROVINCIAL DEL CARCHI

Anexo 12: *Formulario 004 (Entrevista ex director "SENAE Tulcán")*

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA

Objetivo: Evaluar la alternativa de micro exportación para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial.

NOMBRE: José Alejandro Arauz Rivadeneira **CARGO:** Ex. Director SENAE Distrito Tulcán

1. **Durante su periodo de gestión en la aduana de Tulcán, ¿Cuál ha sido el uso que se le ha dado al programa Exporta Fácil?**

* **1**=No se utiliza **2**= Escaso **3**= Uso moderado **4**= Uso satisfactorio

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Uso del programa exporta fácil en Carchi	x				Como aduana no se manejan estadísticas porque es un proceso simplicado que se maneja directamente con Correos del Ecuador.
Uso del programa exporta fácil en la Zona Norte del País	x				

2. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

* **1**=Muy en desacuerdo **2**= En desacuerdo **3**= De acuerdo **4**= Muy de acuerdo

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Existe suficiente información sobre el uso y los beneficios del programa exporta fácil en la provincia del Carchi	x				Dentro de la provincia no existe la difusión correspondiente como alternativa de proceso simplificado de exportación.

3. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

* **1**=Muy en desacuerdo **2**= En desacuerdo **3**= De acuerdo **4**= Muy de acuerdo

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
El uso del programa exporta fácil ayudaría a generar una cultura exportadora en la provincia del Carchi.				x	Sí, pues vincula aspectos de intercambio comercial simplificado, más sencillo y con menor riesgo.

4. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

* 1=Muy en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= De acuerdo 4= Muy de acuerdo					
CONSIGNA	**VALORACIÓN**				**CRITERIO**
	1	**2**	**3**	**4**	
Se han cumplido con las expectativas de los usuarios con respecto al programa.		x			A nivel nacional se maneja por vía aérea y tiene buena acogida sin embargo no se han cumplido con las expectativas pero hay distritos aduaneros donde se maneja bastante este tipo de operación como es el Aeropuerto de Quito .

5. **¿Cuál es el procedimiento que un exportador debe seguir para exportar mediante el programa exporta fácil?**

Llenar la declaración simplificada en correos del Ecuador y entregar el paquete para de acuerdo al peso establecer el valor y el envío. Es un paso simplificado que permite minorar costos y se vincula directamente con el exportador, lo que es importante porque no se requieren intermediarios.

6. **¿Qué papel tiene la Aduana con respecto al programa exporta fácil?**

La aduana actúa como un ente de control porque son procesos que se vinculan con un régimen aduanero y por ende debe existir un control aduanero en esos procesos. La aduana si establece un control en correos del Ecuador, pero en Quito por lo que es aéreo, no solo para Exporta fácil sino también para lo que es Courier y paquetería postal; por lo que vendría a hacer una operación complementaria.

JOSE ALEJANDRO
ARAUZ
RIVADENEIRA

Nombre: José Arauz Rivadeneira
C.I: 17107114765

Anexo 13: *Formulario 005 (Entrevista Gerente "Sumak Mikuy")*

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA

Objetivo: Evaluar la alternativa de micro exportación para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial.

NOMBRE: Ing. Al. Verónica Acosta **CARGO:** Gerente de empresa "SUMAK MIKUY"

1. **¿Cuáles son los productos que oferta?**

Nuestra principal oferta son las frutas y vegetales deshidratados orgánicos y convencionales para la industria alimenticia, siendo la uvilla deshidratada orgánica el principal producto.

2. **¿Cuántos años de experiencia tiene en el mercado nacional e internacional?**

Como empresa son 13 años de experiencia y en el mercado internacional unos 3 o 4 años.

3. **¿Alguna vez ha exportado de manera directa o indirecta?, especifique los detalles.**

Se ha logrado llegar a mercados extranjeros de ambas maneras; el mercado destino de las exportaciones directas es Francia, aunque por el momento se está trabajando de forma indirecta para que las uvillas conjuntamente con banano orgánico lleguen al mercado europeo. Existe mercado internacional para aquellas frutas que se las puede conseguir todo el año y tienen un precio competitivo en el país como lo son la piña, banano y mango.

4. **¿Cuál es la expectativa de ventas en el mercado estadounidense para los frutos deshidratados?**

Considero que el mercado estadounidense es complicado, hemos viajado en misiones comerciales y para ingresar toca buscar distribuidores y por medio de ellos hacer el ingreso dentro del mercado. Nuestros productos de forma indirecta están llegando al mercado estadounidense porque somos proveedores de insumos (uvilla deshidratada) de una empresa que vende té y tiene llegada a ese mercado. Para nosotros es más atractivo el mercado europeo en donde los clientes tienen mayor conciencia de consumo y pagan por las historias que hay detrás de la producción orgánica.

Ingresar con productos de retail es mucha inversión por eso es preferible ingresar al granel tipo bulk para que el comprador extranjero a su vez ingrese, pero con su marca y presentaciones.

5. **Con respecto a los productos agroindustriales, valore en escala del 1 al 4 la importancia de los siguientes factores de competitividad para el fácil ingreso hacia el mercado estadounidense.**

* 1=Nada importante 2= Poco importante 3= Importante 4= Muy Importante

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Contar con Registros sanitarios			x		La importancia del registro sanitario dependerá si el nicho de mercado es Retail o bulk, las otras certificaciones internacionales si son requeridas. Cualquier certificación con inversión se puede conseguir pero un factor de competitividad que nos hace falta como país es mejores políticas públicas para la producción y la cadena de valor que incentiven a las pequeñas iniciativas. Debería existir una política laboral más flexible también para las Mipymes pues este es el rubro más fuerte que se debe cubrir y sin una cartera de clientes amplia y estable es complicado avanzar.
Contar con la certificación BPM				x	
Contar con certificaciones BPA, certificaciones orgánicas, Global GAP, HACCP				x	
Manejar grandes volumenes de producción			x		
Calidad del producto				x	
Precio				x	
Promoción y venta virtual (uso de redes sociales y pagina web)				x	
Otro: *Políticas públicas en pro de las Mipymes para su más fácil internacionalización.*					

6. **¿Ha hecho uso de la herramienta exporta fácil?**

Se había considerado, pero no se hizo uso porque no resultaron las negociaciones además resultaba costoso.

7. **Valore en escala del 1 al 4 la siguiente afirmación:**

CONSIGNA	VALORACIÓN				CRITERIO
	1	2	3	4	
Existe suficiente información sobre el uso y los beneficios del programa exporta fácil en la provincia del Carchi			x		Cualquier politica publica enfocada a la exportación es de ayuda pero con limite de precios. En el caso de Peru y Colombia el estado a generado alianzas con las aerolineas para poder ingresar con mayor competitividad (mejores precios) al mercado extranjero.

8. **¿Cuáles son los canales de venta de sus productos?**
Página web, Facebook e Instagram, además de la participación en muchas macro rueda de negocios en donde se generan contactos.

9. **¿Qué beneficios ha obtenido al pertenecer al consorcio exportador Ecua-Dehyd?**
El consorcio se creó en 2014 con mucha expectativa, sin embargo, no funcionó por falta de cooperación entre empresas, aún se mantiene una relación personal pero no se logró cumplir con el objetivo de alianza para la exportación.

FIRMA: Veronica Acosta

C.I: 1712261385

SELLO:

Anexo 14: *Fotos Entrevistas*

Entrevista Ing. Rommel Pabón " Gerente Agroindustrias Carchi"

Entrevista Ing. Oscar Ruano " Especialista Zonal Pro Ecuador"

Entrevista Msc. José Arauz "Ex. Director SENAE Tulcán"

Anexo 15: *Información Financiera general de la empresa*

AGROINDUSTRIAS CARCHI

LÍNEA DE PRODUCTOS	PRODUCTO	CAPACIDAD PRODUCCIÓN MES (En kilos)	COSTO UNITARIO VARIABLE (KILO)	PRECIO VENTA PROMEDIO (KILO)	COSTO FIJO AÑO	MAQUIN. Y EQUIPO	INSTALACIONES	GASTO OPERACIONAL PROMEDIO UNITARIO (KILO)	PASIVOS (Cuentas por Pagar)
DESHIDRATADOS	Promedio 20 frutas y veget.	6.000	$ 17,49	$ 22,00	**$ 17.520**	**$ 120.000**	**$ 100.000**	$ 0,62	$ 40.000
FRUTAS PASAS (Con Azúcar)	Promedio de 10 frutas	13.000	$ 6,34	$ 10,50				$ 0,44	
LÍNEA DE FRITURA	Papas fritas	2.080	$ 4,41	$ 6,50		$ 50.000		$ 0,15	

Nota: La capidad de producción en Deshidratados y las Frutas Pasas no puede sumarse. Es lo uno o lo otro porque se procesan con la misma maquinaria.
Si necesita información teórica de las lineas de producción, eso puede encontrar en www.kukawi.com.
RP

Anexo 16: *Empresas Courier Autorizadas*

LISTADO DE EMPRESAS COURIER AUTORIZADAS

No.	RUC	RAZON SOCIAL
1	0991226486001	AERO NEGOCIOS DE TRANSPORTACION S.A. AERONET
2	0992398159001	AIR TRANS COURRIER S.A. AIRCOUSRSA
3	0993023477001	ARGO EXPRESS LOGISTICS ARGOCOURIER CIA LTDA
4	1792918707001	ARISTCOMCARGO SA
5	1791839498001	AUDICOMER INTERNATIONAL SERVICE S.A.
6	1792182859001	BORDOYCOURIER Y SERVICIOS S.A.
7	0992106727001	CORPORACIONES UNIDAS DEL AUSTRO S.A. - CORPUAUSTRO
8	0190152928001	COSTECUA EXPRESS CIA. LTDA.
9	1390142230001	DELGADO COURIER CIA. LTDA.
10	1790546667001	DHL EXPRESS ECUADOR S.A.
11	1791959043001	ENTREGAS ESPECIALES ESPENTREGAS S.A.
12	1792725917001	EQUALATINEXPRESS CIA.LTDA.
13	0991508139001	EUROENVIO S.A. EUROENSA
14	1791977734001	FLYEXPRESS S.A.
15	0992680164001	GEO & CRIS CARGO SERVICE S.A.
16	1791359240001	GEOMIL GEORGE MILENI S.A.
17	0992971746001	GLOBAL INTERPRICE COURIER INTERCOURIER S.A.
18	1792662540001	IN EXPRESS-COURIER S.A.
19	0991476857001	JIMMY'S EXPRESS COURIER S.A. JIMCOURIER
20	0190322262001	JOQUIEXPRESS CIA. LTDA.
21	0190161226001	KOKO CARGO EXPRESS KOEXPRES S.A.
22	0992130024001	L.G.F. EXPRESS S.A.
23	1791705726001	LAARCOURIER EXPRESS S.A.
24	1791715845001	LATIN TRAVEL CIA. LTDA.
25	0993115118001	MAFEXPRESS INTERNATIONAL MAFEXINT S.A.
26	0992488921001	MELQUISEDEC S.A.
27	1792021170001	MULTICOURIER CIA LTDA.
28	1792708478001	MUNDIGROUP S.A.
29	1792992532001	PEDIDOS EXPRESS PEDIDOSEXPRESS CIA.LTDA.
30	1790823415001	PROVEEDORA DE FLETES INTERNACIONALES Y TRANSPORTE DE CARGA-PROFITCARGO COMPANIA LIMITADA
31	0992412631001	RIOCARGO EXPRESS S.A.
32	0993106755001	ROL CARGO EXPRESS S.A.
33	0992165243001	ROMERO TRANSFER & COURIER S.A.
34	0992354992001	SEPDENTS S.A.
35	0991358234001	SERVICE EXPRESS ARBOLEDA TRAVEL S.A.
36	1791903013001	SERVICIOS INTEGRALES EN ADUANAS Y TRANSPORTE INTERNACIONAL S.I.A.T.I. CIA. LTDA.
37	1792349052001	SERVICIOS POSTALES INTERNACIONALES ANDINOS POSTANDINOS S.A.
38	0991285679001	SERVIENTREGA ECUADOR S.A.
39	0991461019001	SOLCOURIER S.A.
40	0991250913001	SUREXPRESS S.A.
41	0190317943001	TENECELA TRAVEL EXPRESS CIA. LTDA.
42	0992669918001	TMALOGISTICS S.A.
43	1791408241001	TRANSPORTE INTERNACIONAL CONSOLIDADO Y MARITIMO DE CARGA GONDRAND S.A.
44	0992325585001	TRANSSKY S.A.
45	1791770153001	UPS SCS (ECUADOR) CIA. LTDA.
46	1791738659001	VIAL SHIPPING & REPRESENTACIONES C. A.
47	1790477339001	WORLD COURIER DEL ECUADOR S.A.
48	0992306033001	ZAI CARGO EU S.A.

Anexo 17: *Tarifas Carta de Crédito (Bco. Produbanco)*

TERMINOS Y CONDICIONES PARA BANCOS CORRESPONSALES		
DETALLE	TARIFA	COSTO MÍNIMO
CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN		
Aviso (Cartas de Crédito no confirmadas)	$ 250.00	
Aviso (Cartas de Crédito confirmadas)	$ 100.00	
Confirmación	1/4% trimestre o fracción	$ 200.00
Modificaciones		
Por valor o plazo	1/4% trimestre o fracción	$ 200.00
Por otros conceptos	$ 150.00	
No utilización	$ 200.00	
Revisión de Documentos	1/4% Flat	$ 200.00
Aceptación / Pago Diferido	2.0% anual	$ 200.00
Transferencia	1/4% Flat	$ 200.00
Discrepancias	$ 75.00	
Portes	$ 15.00	
SWIFT	$ 35.00	Por cada mensaje enviado
CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN (SISTEMA SUCRE) Gastos por cuenta del ordenante (importador)		
Aviso (Cartas de Crédito no confirmadas)	$ 300.00	
Aviso (Cartas de Crédito confirmadas)	$ 100.00	
Confirmación	0.75% trimestre o fracción	$ 200.00
Modificaciones		
Por valor o plazo	0.75% trimestre o fracción	$ 200.00
Por otros conceptos	$ 150.00	
No utilización	$ 200.00	
Revisión de Documentos	0.50% Flat	$ 200.00
Aceptación / Pago Diferido	2.0% anual	$ 200.00
Transferencia	1/4% Flat	$ 200.00
Discrepancias	$ 75.00	
Portes	$ 15.00	
SWIFT	$ 35.00	Por cada mensaje enviado
COBRANZAS DOCUMENTARIAS		
Emisión	0.25% Flat	$ 150.00
Portes	$ 15.00	
SWIFT	$ 35.00	Por cada mensaje enviado
Enmiendas	$ 30.00	
GARANTÍAS		
Aviso (Garantías no confirmadas)	$ 250.00	
Aviso (Garantías confirmadas)	$ 100.00	
Confirmación	2% anual	$ 200.00
Pago	1/4% Flat	$ 200.00
Portes	$ 15.00	
SWIFT	$ 35.00	Por cada mensaje enviado
GARANTÍAS A FAVOR DE PRODUBANCO		
Facilidades Crediticias, Administración y Control	$ 500.00	Por año o fracción
Portes	$ 15.00	
SWIFT	$ 35.00	Por cada mensaje enviado

Estas tarifas se aplican a transacciones normales. Para transacciones especiales se actuará caso por caso y previo acuerdo. Todas las transacciones de créditos documentarios se rigen de acuerdo con las prácticas uniformes para créditos documentarios de la Publicación 600 Revisión 2007 de la C.C.I.

*** Estos términos y condiciones están sujetos a cambio sin previo aviso.**

Anexo 18: *Tarifas Naportec*

NAPORTEC

TARIFARIO GENERAL

Servicios del Terminal Portuario

Actualización: enero 14, 2020

Copia Controlada: Digital ☐ Impresa ☐

ITEM	SERVICIO	MEDIDA		TARIFA
1	TARIFAS DE ALMACENAJE IMPORTACION	Medida		Tarifa
1.1	Almacenaje contenedores llenos 20' (7)	unidad/Día	1 a 5	$ 3.40
1.2	Almacenaje contenedores llenos 20' (7)	unidad/Día	6 a 10	$ 4.40
1.3	Almacenaje contenedores llenos 20' (7)	unidad/Día	11 a 15	$ 5.75
1.4	Almacenaje contenedores llenos 20' (7)	unidad/Día	>16 días	$ 6.80
1.5	Almacenaje contenedores llenos 40 (7)	unidad/Día	1 a 5	$ 6.80
1.6	Almacenaje contenedores llenos 40 (7)	unidad/Día	6 a 10	$ 8.80
1.7	Almacenaje contenedores llenos 40 (7)	unidad/Día	11 a 15	$ 11.50
1.8	Almacenaje contenedores llenos 40 (7)	unidad/Día	>16 días	$ 13.60
1.9	Almacenaje de contenedores vacios	unidad/Día		$ 3.00
1.10	Almacenaje de carga suelta / no convencional	TM/M3 Día	1 a 8	$ 0.40
1.11	Almacenaje de carga suelta / no convencional	TM/M3 Día	9 a 15	$ 0.60
1.12	Almacenaje de carga suelta / no convencional	TM/M3 Día	>16	$ 1.00
1.13	Almacenamiento de bobinas de papel	TM/M3 Día	1 a 10	$ 0.20
1.14	Almacenamiento de bobinas de papel	TM/M3 Día	11 a 20	$ 0.22
1.15	Almacenamiento de bobinas de papel	TM/M3 Día	>20	$ 0.26
1.16	Almacenaje de carga general / desconsolidada (6)	TM/M3 Día	1 a 8	$ 0.39
1.17	Almacenaje de carga general / desconsolidada (6)	TM/M3 Día	9 a 15	$ 0.80
1.18	Almacenaje de carga general / desconsolidada (6)	TM/M3 Día	>16	$ 1.00
1.19	Almacenaje de vehículos hasta 2TM	Vehículo x día		$ 15.00
1.20	Almacenaje de vehículos mayor a 2 TM	Vehículo x día		$ 20.00
2	TARIFAS ALMACENAJE DE EXPORTACION	Medida		Tarifa
2.1	Almacenaje contenedores llenos de 20' (7)	unidad/Día	1 a 8	$ 3.25
2.2	Almacenaje contenedores llenos de 20' (7)	unidad/Día	9 a 15	$ 4.20
2.3	Almacenaje contenedores llenos de 20' (7)	unidad/Día	>16 días	$ 5.50
2.4	Almacenaje de contenedores llenos de 40' (7)	unidad/Día	1 a 8	$ 6.50
2.5	Almacenaje de contenedores llenos de 40' (7)	unidad/Día	9 a 15	$ 8.40
2.6	Almacenaje de contenedores llenos de 40' (7)	unidad/Día	>16 días	$ 11.00
2.7	Almacenaje de contenedores vacios	unidad/Día		$ 3.00
2.8	Almacenaje carga suelta/ no convencional (6,7)	Tm/m3xDia	1 a 10	$ 0.27
2.9	Almacenaje carga suelta/ no convencional (6,7)	Tm/m3xDia	11 a 20	$ 0.38
2.10	Almacenaje carga suelta/ no convencional (6,7)	Tm/m3xDia	>21	$ 0.50
2.11	Almacenaje de carga consolidada (6,7)	Tm/m3xDia	1 a 10	$ 0.36
2.12	Almacenaje de carga consolidada (6,7)	Tm/m3xDia	11 a 20	$ 0.64
2.13	Almacenaje de carga consolidada (6,7)	Tm/m3xDia	>21	$ 0.74
2.14	Almacenamiento de bobinas de papel	TM/M3 Día	1 a 10	$ 0.20
2.15	Almacenamiento de bobinas de papel	TM/M3 Día	11 a 20	$ 0.22
2.16	Almacenamiento de bobinas de papel	TM/M3 Día	>20	$ 0.26
2.17	Almacenaje de vehículos hasta 2TM	TM/M3 Día	1 a 15	$ 4.20
2.18	Almacenaje de vehículos hasta 2TM	TM/M3 Día	>16 días	$ 7.50
2.19	Almacenaje de vehículos mayor a 2 TM	TM/M3 Día	1 a 15	$ 7.60
2.20	Almacenaje de vehículos mayor a 2 TM	TM/M3 Día	>16 días	$ 10.00
3	TARIFAS SERVICIOS DE IMPORTACION Y EXPORTACION	Medida		Tarifa
3.1	Aforo simple + sello	Contenedor		$ 125.00
3.2	Aforo + cuadrilla + montacarga + sello (max 3 horas)	Contenedor		$ 235.00
3.3	Aforo + cuadrilla + sello (max 3 horas)	Contenedor		$ 175.00
3.4	Aforo + montacarga + sello (max 3 horas)	Contenedor		$ 165.00

	TARIFAS SERVICIOS DE IMPORTACION Y EXPORTACION	Medida	Tarifa
3.5	Aforo de carga general	TM/M3	$ 1.60
3.6	Aforo de carga desconsolidada	TM/M3	$ 3.25
3.7	Aforo de vehículos y maquinarias	Unidad	$ 20.00
3.8	Alquiler de equipos hasta 1.5 TM	Hora	$ 16.00
3.9	Alquiler de equipos desde 1.6 TM hasta 3 TM	Hora	$ 18.00
3.10	Alquiler de equipos desde 3.1 TM hasta 5 TM	Hora	$ 30.00
3.11	Alquiler de equipos desde 5.1 TM hasta 10 TM	Hora	$ 45.00
3.12	Alquiler de equipos desde 10.1 TM hasta 15 TM	Hora	$ 80.00
3.13	Alquiler de equipos superiores a 15 TM	Hora	$ 100.00
3.14	Cuadrilla adicional	Hora	$ 22.50
3.15	Desconsolidación/ Apertura de contenedores	Contenedor	$ 230.00
3.16	Stand by de aperturas	Hora	$ 22.50
3.17	Reprogramación de apertura	Contenedor	$ 90.00
3.18	Stand by de despachos programados	Hora	$ 30.00
3.19	Despacho carga general (4)	TM/M3	$ 3.60
3.20	RECEPCION DE CARGA GENERAL (reprogramación)	TM/M3	$ 3.60
3.21	Despacho Carga General No Convencional	TM/M3	$ 3.70
3.22	Handling in-out de contenedores llenos	Contenedor	$ 45.00
3.23	Despacho Handling contenedores llenos de importación	Contenedor	$ 90.00
3.24	Handling in-out de contenedores vacios	Contenedor	$ 45.00
3.25	Handling Devolución de vacios	Contenedor	$ 50.00
3.26	Pesaje de contenedor importación	Contenedor	$ 45.00
3.27	Pesaje de vehículos	Vehículo	$ 15.00
3.28	Porteo de contenedores	Contenedor	$ 45.00
3.29	Handling in-out de carga suelta / no convencional (8)	TM/M3	$ 2.10
3.30	Energía eléctrica contenedores de importación	Hora	$ 3.90
3.31	Energía eléctrica contenedores de exportación	Hora	$ 3.80
3.32	Conexion/ desconexion de contenedores	Contenedor	$ 1.99
3.33	Monitorero de contenedores	Contenedor	$ 3.80
3.34	Arco de desinfección	Contenedor	$ 6.00
3.35	Pesaje de exportación VGM	Contenedor	$ 5.00
3.36	Recepción de exportación	Contenedor	$ 85.00
3.37	Consolidación de banano al granel **(1)**	Contenedor	$ 200.00
3.38	Consolidación de banano paletizado en Naportec **(1)**	Contenedor	$ 170.00
3.39	Consolidación de banano receptado en pallets **(1)**	Contenedor	$ 190.00
3.40	Consolidación de carga no convencional **(1)**	Contenedor	$ 265.00
3.41	Consolidación de carga al granel / en pallets	Contenedor	$ 190.00
3.42	Remonte / desremonte de cajas	Pallet	$ 3.40
3.43	Handling de contendores de exportación	Contenedor	$ 45.00
3.44	Inspección PAN + sello + cuadrilla (paletizado) (max 4 horas)	Contenedor	$ 140.00
3.45	Inspección PAN + Sello + cuadrilla (granel) (max 4 horas)	Contenedor	$ 180.00
3.46	Inspección pre embarque	Contenedor	$ 115.00
3.47	Contenedor pre enfriado	Contenedor	$ 180.00
3.48	Cámara de frio (hasta 2 horas)	Contenedor	$ 220.00
3.49	Cámara de frio (max 4 horas)	Contenedor	$ 350.00
3.50	Tiempo adicional en cámara de frio	Hora	$ 100.00
3.51	Cambio de set point	Contenedor	$ 5.00
3.52	Cambio de ventila	Contenedor	$ 5.00
3.53	Paletización (mano de obra)	Pallet	$ 9.20
3.54	Pesaje adicional contenedor	Contenedor	$ 45.00
3.55	Sellos	Unidad	$ 10.00
3.56	Trincada con cadena	Operación	$ 7.00

Anexo 19: *Cotización iConteiners*

Fuente: Cotizador transporte marítimo iContainers

Anexo 20: *Desglose de precios*

Desglose de precios

FLETE (US)	710,00 US$
BAF (US)	162,00 US$
EIS (US)	215,00 US$
CONGESTIÓN / PSS / LSF (US)	38,00 US$
TASA COMUNICACIÓN (US)	10,00 US$
ISPS (US)	16,00 US$
SECURITY FEE (US)	35,00 US$
GESTION ENVIO PARTICULARES (US)	250,00 US$
SOLAS VGM Gestión documental (US)	25,00 US$
EMISIÓN B/L (US)	65,00 US$
WHARFAGE (US)	80,00 US$
SOLAS VGM PESAJE (US)	230,00 US$
TOTAL	**1836,00 US$**

Fuente: Cotizador transporte marítimo iContainers

Anexo 21*:* Fotos “Agroindustrias Carchi”

Ing. Rommel Pabón - Gerente

Venta al detalle de frutos deshidratados

Infraestructura “Agroindustrias Carchi”

Kukawi frutas pasas presentación 40g

Proceso de pelado

Proceso de empaquetado

Kukawi mix fiesta frutas pasas 100 g

Kukawi mix frutas pasas 400 g

Kukawi frutas deshidratadas granel

Kukawi frutas pasas granel

Tienda virtual “Agroindustrias Carchi”

Anexo 22*: Acta de Pre - Defensa*

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: URJILEZ MORÁN KIMBERLEY ELVIRA **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0925541799
NIVEL/PARALELO: EGRESADA **PERIODO ACADÉMICO:** EMBRE 2020 - MARZO

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Micro exportación como alternativa para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:
PRESIDENTE: MSC. GUTIERREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
LECTOR: MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA
ASESOR: MSC. MERA RODRIGUEZ WILLINGTON GERARDO

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 4 **AULA:** 108
FECHA: miércoles, 7 de abril de 2021
HORA: 10h00
Obteniendo las siguientes notas:
1) Sustentación de la predefensa: 7,00
2) Trabajo escrito 3,00
Nota final de PRE DEFENSA **10,00**
Por lo tanto: **APRUEBA** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el miércoles, 7 de abril de 2021

MSC. GUTIERREZ VILLARREAL MILENA DEL ROCÍO
PRESIDENTE

MSC. MERA RODRIGUEZ WILLINGTON GERARDO
TUTOR

MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 23*: Abstract*

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Kimberley Elvira Urjilez Morán
Fecha de recepción del abstract: 9 de abril de 2021
Fecha de entrega del informe: 9 de abril de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:
Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se validad dicho trabajo.

Atentamente

EDISON BOANERGES PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET

NAME: Kimberley Elvira Urjilez Morán **DATE : 9 de abril de 2021**

TOPIC: "Micro exportación como alternativa para Agroindustrias Carchi hacia el mercado estadounidense y su aporte en la competitividad del sector agroindustrial"

MARKS AWARDED **QUANTITATIVE AND QUALITATIVE**

VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ■	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ■	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐

TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	**TOTAL 9**