



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA ECUAFRUIT PARA LA
EXPORTACIÓN DE PULPA DE MARACUYA HACIA EL MERCADO DE
ESTADOS UNIDOS

PROCEL ARMIJOS RONNY RAUL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA ECUAFRUIT PARA LA
EXPORTACIÓN DE PULPA DE MARACUYA HACIA EL
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

PROCEL ARMIJOS RONNY RAUL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA ECUAFRUIT PARA LA EXPORTACIÓN DE
PULPA DE MARACUYA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

PROCEL ARMIJOS RONNY RAUL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

MACHALA, 28 DE ABRIL DE 2021

MACHALA
28 de abril de 2021

Complexivo 2021

por Ronny Raúl Procel Armijos

Fecha de entrega: 07-abr-2021 06:51p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1553186408

Nombre del archivo: Turnitin_Ronny_Procel.docx (112.63K)

Total de palabras: 3129

Total de caracteres: 17141

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, PROCEL ARMIJOS RONNY RAUL, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA ECUAFRUIT PARA LA EXPORTACIÓN DE PULPA DE MARACUYA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de abril de 2021


PROCEL ARMIJOS RONNY RAUL
0705945566

RESUMEN

En la actualidad, los planes de negocios para la exportación se consideran una herramienta de vital importancia para la internacionalización de las empresas, puesto que permiten identificar y detallar todos los aspectos importantes dentro del proceso de expansión hacia el mercado objetivo.

El consumo de frutas frescas, es una tendencia que va en aumento ya que permiten mantener una dieta balanceada y nutritiva, sin embargo, existe un acceso limitado a los principales canales de comercialización, por lo tanto, este documento tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios de exportación de pulpa de maracuyá hacia el mercado de Estados Unidos.

Para ello se partió de una revisión bibliográfica en artículos científicos y páginas oficiales, lo que permitió fundamentar teóricamente el tema de investigación y posterior a esto identificar y seleccionar los aspectos logísticos necesarios para realizar la exportación de pulpa de maracuyá.

Se concluye que, el plan de negocios permitió identificar que existe una alta demanda de pulpa de maracuyá en el mercado de Estados Unidos, además de logró detallar el lote mínimo exportable de la empresa hacia el mercado de California.

Palabras clave: Plan de negocios, oferta exportable, logística, formas de pago

ABSTRACT

At present, business plans for export are considered a vitally important tool for the internationalization of companies, since they allow the identification and detail of all the important aspects within the expansion process towards the target market.

The consumption of fresh fruits is a trend that is increasing since they allow to maintain a balanced and nutritious diet, however, there is limited access to the main marketing channels, therefore, this document aims to develop a plan of passion fruit pulp export business to the United States market.

For this, we started from a bibliographic review in scientific articles and official pages, which allowed to theoretically base the research topic and after this, identify and select the necessary logistical aspects to carry out the export of passion fruit pulp.

It is concluded that the business plan made it possible to identify that there is a high demand for passion fruit pulp in the United States market, in addition to detailing the minimum exportable batch of the company to the California market.

Keywords: Business plan, exportable offer, logistics, payment methods.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	6
DESARROLLO.....	7
1. NOCIONES TEÓRICAS.....	7
1.1 Plan de negocios	7
1.2 Oferta Exportable	7
1.3 Logística	7
1.4 Formas de Pago	8
1.5 Barreras arancelarias	8
2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	9
2.1 Descripción de la Empresa	9
2.1.1 Misión	9
2.1.2 Visión.....	9
2.2 FODA	9
2.3 Descripción del producto.....	10
3. PRESELECCIÓN DE MERCADOS.....	10
3.1 Análisis de Exportaciones	10
3.2 Análisis de Importaciones	11
4. SELECCIÓN DE MERCADO	11
4.1 Justificación.....	11
4.2 Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos	12
5. ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO	12
5.1 Normativa de Importación.....	12
5.2 Requisitos Sanitarios y demás	12
5.3 Documentación requerida para la entrada del producto	13
5.4 Etiquetado.....	13
5.5 Canales de Distribución.....	14
5.6 Segmento de Mercado	14
5.7 Precio	14
5.8 Formas de Pago	14

6.	ASPECTOS LOGÍSTICOS SUGERIDOS.....	15
6.1	Acceso desde Ecuador hacia Estados Unidos	15
6.2	Costo promedio del flete de exportación.....	15
7.	LOTE MÍNIMO EXPORTABLE.....	15
7.1	Unitarización	15
8.	PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN.....	16
8.1	Flujograma del Proceso Logístico de Exportación.....	18
	CONCLUSIONES	20
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de Ecuador	10
Tabla 2 Importaciones de Estados Unidos	11
Tabla 3 Descripción del empaque	15
Tabla 4 Descripción del embalaje	15
Tabla 5 Unitarización	16
Tabla 6 Flujograma Logístico	18

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios hace referencia a la creación de una empresa exportadora de pulpa de maracuyá en Ecuador, denominada ECUAFRUIT. Una de las principales razones por la cual se requiere realizar este plan de negocios de exportación, la investigación realizada en el plan de negocios nos permite identificar los aspectos necesarios para realizar la exportación, además para obtener datos verídicos sobre cómo se comporta el mercado en el exterior y de paso analizar los riesgos que se pueden presentar al exportar y así poder armar un plan de contingencia que permita como empresa obtener resultados positivos.

En la actualidad las exportaciones de productos o tradicionales representan una parte importante dentro de la economía. Ecuador es un país que depende de determinados productos en su balanza comercial siendo de gran importancia la demanda de productos no tradicionales con la finalidad de expandir las exportaciones del país, disminuyendo así el índice de desempleo y abriendo puertas con nuestros productos en los diversos mercados internacionales.

En base a lo anterior surge la idea de explorar el mercado de Estados Unidos con un producto agrícola como lo es la pulpa de maracuyá que desempeña un buen papel en el exterior, además es considerado en el país como una fruta no tradicional y se ve reflejada en productos como jugo, postres, etc. generando mayores oportunidades y siendo más rentable que la fruta tradicional que a la vez consta de gran competencia a nivel nacional e internacional. Además, esto genera una disminución al índice de desempleo y ayuda además al progreso del país mediante la ampliación de su cadena productiva.

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios de exportación para la comercialización de pulpa de maracuyá hacia el mercado de Estados Unidos, en el Estado de California.

La metodología parte desde una etapa exploratoria y descriptiva, la información recopilada de páginas oficiales y artículos científicos sirve para dar cumplimiento al objetivo de estudio. Finalmente, desde un enfoque descriptivo los resultados del presente trabajo proporcionan información clave y oportuna para exportar pulpa de maracuyá hacia el mercado de Estados Unidos, además abre una línea de investigación para futuros planes de negocios.

DESARROLLO

1. NOCIONES TEÓRICAS

1.1 Plan de negocios

En términos generales, un plan de negocios es un documento que pretende identificar y detallar la oportunidad de negocio que existe tanto en mercados locales como internacionales, Farfán (2020) señala que el plan de negocios detalla principalmente las estrategias que se necesitan para empezar un negocio, además indica la importancia de que el empresario diseñe el plan de acuerdo a las necesidades de cada emprendimiento.

Los planes de negocios surgen de la necesidad de atender una oportunidad en el mercado, en la actualidad, gracias al dinamismo del comercio internacional la creación de nuevas empresas es un fenómeno que va en aumento, en este contexto la globalización y las economías de escala permiten la creación de nuevos planes de negocios que son creados desde la perspectiva de empresas que ya existen en el mercado, radicando su origen en la competitividad (Villacís, Mayón y Romero, 2019).

1.2 Oferta Exportable

En términos específicos, la oferta exportable está relacionada principalmente con la capacidad económica que tiene la empresa para producir, la disponibilidad de producto existente dependerá entonces de los recursos invertidos. Lazo (2016) indica que las empresas emergentes deben aprovechar los acuerdos comerciales para posicionar su oferta exportable en los mercados competitivos y desarrollar su negocio.

La oferta exportable, por lo tanto, es la capacidad de los países o empresas de ofrecer productos nacionales a los mercados internacionales, los productos tienen que cumplir con los requisitos sanitarios y los estándares de calidad que solicita el mercado internacional, para que pueda ser competitivo y satisfacer a los clientes (Toala et al., 2019).

1.3 Logística

En el comercio internacional, uno de los factores más importantes es la selección de un medio de transporte adecuado, que permita transportar el producto en condiciones óptimas hasta su lugar de destino, dentro de este contexto es necesario que el medio de transporte elegido, brinde condiciones de temperatura y almacenamiento adecuados.

La logística es conocida como la planificación de una ruta de transporte, que consiste en conocer que se va a transportar, la tipología del producto, el plazo de entrega, puerto de salida, puerto de llegada y todos aquellos aspectos que brinden seguridad en el transporte internacional de mercancías y que garanticen la entrega del producto en el exterior (Hurtado et al., 2017).

En otras palabras, González (2016) indica que la logística comprende los procesos de flujo de materiales, información detallada de los mismos, trazabilidad y productos terminados, desde el proveedor hasta el cliente o consumidor final.

1.4 Formas de Pago

En un plan de negocios, los directivos de las empresas que comienzan la aventura en los mercados internacionales deberán evaluar la formas en la que los clientes pueden pagar y la seguridad que les ofrece cada una de ellas, la modalidad elegida dependerá del conocimiento que tenga el vendedor y de la frecuencia con la que se realicen las operaciones de compraventa. Para Coello y Pico (2018) las cartas de crédito aseguran los bienes y benefician al comprador y vendedor, ya que el importador evita el pago por adelantado garantizando tener su mercancía en la forma y tiempo establecido negociados, y en cuanto al exportador obtiene su pago contra entrega de la mercancía evitando las famosas estafas.

El mecanismo de acción de la carta de crédito para Lizardo (2018) comienza cuando el importador solicita a su banco la apertura de la misma para que realice el pago al exportador según las condiciones establecidas en la negociación, la intervención de los bancos es importante, ya que son las entidades que minimizan los riesgos y garantizan la seguridad de la transacción.

1.5 Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias, son aquellos mecanismos implementados por los gobiernos para proteger la producción local, la aplicación de barreras arancelarias y no arancelarias afectan la dinámica del comercio y por consiguiente el desarrollo de la economía nacional e internacional (Baena, 2018).

En definitiva, cuando una empresa diseña un plan de negocios para la exportación deberá identificar las barreras arancelarias y no arancelarias existentes en el mercado objetivo, para Lozano (2017) es importante que las medidas arancelarias sean aplicadas con responsabilidad

y no por mero afán de limitar la entrada de ciertos productos, de forma que no se constituyan un medio de discriminación hacia los países emergentes.

2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

2.1 Descripción de la Empresa

ECUAFRUIT es una empresa exportadora de frutas no tradicionales, cosechadas directamente desde las regiones tropicales del Ecuador, está inmersa en el cultivo, procesamiento y comercialización de pulpas de estas frutas con la más alta calidad, penetrando los mercados más exigentes, expandiendo su marca e influenciando la industria ecuatoriana al cultivo de frutas orgánicas.

2.1.1 Misión

Proporcionar frutas saludables y nutritivas de manera eficiente y responsable contribuyendo al desarrollo socioeconómico de nuestras áreas de cosecha y comunidad.

2.1.2 Visión

Ser reconocidos como líderes en la exportación frutas no tradicionales y sus derivados, brindando productos de calidad, superiores e innovadores de manera oportuna a nuestros clientes.

2.2 FODA

2.2.1 Análisis de factores internos

Las principales fortalezas son:

- Infraestructura óptima.
- Disponibilidad de materia prima.
- Producto con altas propiedades nutritivas.

Las principales debilidades son:

- No existe un límite de precios con los productores
- Alto costo de los insumos
- Déficit de empaque y embalaje

2.2.2 Análisis de factores externos

Las principales oportunidades son:

- Exportación directa.
- Distancia cercana a los puertos de embarque.
- Créditos de financiamiento para la implementación de maquinaria

Las principales amenazas son:

- Aumento de empresas competidoras
- Riesgo de la producción debido al cambio climático

2.3 Descripción del producto

La pulpa de maracuyá es un producto sin conservantes, no fermentado que se obtiene mediante el cernido del maracuyá en estado sano y limpio, obteniendo como resultado 100% pulpa de la fruta.

La pulpa de maracuyá es un producto energizante, rico en hidratos de carbono y agua, fuente de provitamina A, vitamina C y minerales ricos en potasio, fosforo y magnesio. Su consumo es recomendado, ya que además aporta beneficios para el sistema inmunológico, favorece la absorción de hierro y colágeno.

3. PRESELECCIÓN DE MERCADOS

3.1 Análisis de Exportaciones

En la siguiente tabla se observan los valores exportados por Ecuador en miles de dólares de los últimos 5 años, partida arancelaria correspondiente a 2009892000.

Tabla 1 Exportaciones de Ecuador

EXPORTACIONES DE ECUADOR	
Año	Valor en miles
2015	66.562
2016	55.298
2017	48.776
2018	32.903
2019	24.086

Fuente: TRADE MAP (2020)

Según datos de TRADE MAP (2020) Ecuador es uno de los países más importantes en exportaciones de pulpa de maracuyá ocupando el segundo lugar en lo que corresponde a nivel mundial.

3.2 Análisis de Importaciones

En la siguiente tabla se observan los valores importados por Estados Unidos en miles de dólares de los últimos 5 años, partida arancelaria correspondiente a 2009892000.

Tabla 2 Importaciones de Estados Unidos

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS	
Año	Valor en miles
2016	39.313
2017	34.630
2018	36.430
2019	26.046
2020	28.647

Fuente: TRADE MAP (2020)

Se puede observar que Estados Unidos presenta rubros de importaciones de pulpa de maracuyá y sus derivados considerables, con un nivel estable en los últimos años.

4. SELECCIÓN DE MERCADO

4.1 Justificación

Según datos de PROECUADOR (2018) Estados Unidos es un conjunto de estados políticamente estables, principalmente el estado de California que ha construido su éxito manteniendo una economía abierta y diversificada que ofrece libertad de movimiento de capitales con índice de consumo del 17 % en lo que respecta nuestro producto, además presenta rubros de importación de pulpa de maracuyá estable y una tendencia de consumo en aumento.

Es aquí donde radica la justificación de la elección que se realizó, puesto que es un mercado en plenitud para nuestro producto que ofrece mayores y mejores condiciones para su entrada.

4.2 Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

En la actualidad Ecuador posee un acuerdo comercial vigente con Estados Unidos, cuyos principales objetivos son:

- Beneficiar a las pequeñas empresas.
- Luchar contra los actos de corrupción en el comercio.
- Facilitar el comercio.
- Implementar prácticas regulatorias.

Con el principal motivo de fortalecer las relaciones de Ecuador y Estados Unidos, debido al voraz golpe que nos ha dado la pandemia a nivel humanitario y económico, el 8 de diciembre se dio a conocer la primera fase con la finalidad de apertura mercados y realizar un comercio justo entre ambos países. (PRIMICIAS , 2021)

5. ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado de Estados Unidos es un mercado llamativo en lo que corresponde a las pulpas de frutas. El consumo en estos estados se basa en la salud y la protección ambiental y los consumidores son conscientes de los beneficios y componentes nutricionales de alta calidad que benefician la salud de las personas.

Es de gran importancia recalcar que las importaciones de pulpa de fruta realizadas por Estados Unidos son estrictamente de la más alta calidad, con buenos procedimientos en base a la producción, cuidado de medio ambiente, procesos libres de pesticidas y se las consigue aun precio cómodo para el bolsillo del consumidor.

5.1 Normativa de Importación

En lo que corresponde a Normativa de importación el exportador ecuatoriano debe acogerse a las exigencias o requisitos que cada país dispone para poder exportar, estas exigencias abarcan temas relacionados al cuidado del medio ambiente, temas sociales, etc.

5.2 Requisitos Sanitarios y demás

Según datos de PROECUADOR (2017) los productos como las pulpas, concentrados y demás para legalizar el ingreso a los Estados Unidos deben ser inspeccionados y este proceso se encuentra regulado por FDA (Food and Drug Administration) quien se encarga de realizar

un examen de manera física o recolectar muestras si lo considera necesario dependiendo el caso.

Los requisitos son los siguientes:

- Requisitos físicos, químicos, microbiológicos y sensoriales
- Requisitos sobre colorantes, aditivos, acidificación y control de emergencia.
- Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)
- Sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP)

5.3 Documentación requerida para la entrada del producto

5.3.1 Requisitos Generales

- Factura Comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de Transporte
- Documento único Administrativo (DUA)

5.3.2 Requisitos Exigidos por el cliente en Estados Unidos

- Certificados de garantía contra demandas por defectos en el producto.
- Certificaciones de calidad o de buenas prácticas de manufactura
- Un mecanismo de verificación del historial comercial de la empresa.
- Otros certificados de acuerdo a las características del producto

5.4 Etiquetado

A continuación, la información que debe llevar la pulpa de maracuyá:

- Nombre del producto
- Cantidad neta
- Dirección y nombre del fabricante
- Preparación y sus ingredientes
- Información Nutricional
- Fecha de elaboración

- Fecha de expiración

5.5 Canales de Distribución

Algunos supermercados del Estado de California importan directamente la pulpa de maracuyá, entre los principales tenemos:

- Supermercado Trader Joe's- California
- Sprouts Farmers Market- California

5.6 Segmento de Mercado

California, es un estado muy abierto en su cultura, compuesto de 48% de nativos y de 52% de extranjeros, provenientes de estados cercanos, su religión es abierta y existe mucho respeto hacia la mujer. California no es productor de maracuyá, pues la mayor parte de su territorio se basa en empresas y destinos turísticos, además sus importaciones se basan en lo que es la agricultura, frutas y lácteos, por lo tanto, dentro de este contexto se menciona que la pulpa de maracuyá por su calidad y poder nutritivo es consumida por adultos de niveles económicos medio y alto.

5.6.1 Marcas competidoras en el Mercado Objetivo

Las principales empresas competidoras en el mercado objetivo, son:

- Exofruit
- Frutabona
- Fruta Pasión

5.7 Precio

Según datos de PROECUADOR (2019) el precio de la libra de pulpa de maracuyá está situado en \$ 26.26, en el Estado de California.

5.8 Formas de Pago

La revisión de la literatura, nos permitió identificar las principales formas de pago utilizadas en los negocios internacionales, sin embargo, de acuerdo a la seguridad que ofrece se recomienda el uso de una carta de crédito documentario.

6. ASPECTOS LOGÍSTICOS SUGERIDOS

6.1 Acceso desde Ecuador hacia Estados Unidos

Según datos de PROECUADOR (2017) los principales puertos marítimos de Estados Unidos son:

- Puerto de Everglades
- Puerto de San Diego

6.2 Costo promedio del flete de exportación

Según datos de PROECUADOR (2017) los costos mínimos por contenedor son los siguientes, sin embargo, estos costos no cubren los gastos adicionales:

- Contenedor 20 seco, \$800
- Contenedor 40 seco, 1000
- Contenedor 40 refrigerado, \$2000

7. LOTE MÍNIMO EXPORTABLE

7.1 Unitarización

Para el proceso de unitarización del producto pulpa de maracuyá se utilizarán bolsas de polipropileno plásticas:

Tabla 3 Descripción del empaque

Alto	Ancho	Espesor	Peso neto
5 cm	12 cm	0.05 cm	5 g

Fuente: PROECUADOR (2018)

En cada bolsa, se colocará un kilo de pulpa de maracuyá.

Para el embalaje de las fundas, utilizaremos cajas de cartón corrugado con las siguientes características:

Tabla 4 Descripción del embalaje

Alto	Ancho	Largo
20 cm	32 cm	50 cm

Fuente: PROECUADOR (2018)

En cada caja de cartón, se colocarán 5 fundas de pulpa de maracuyá lo que equivale a un peso de 5 kilos por caja.

Luego de tener los datos y medidas claras sobre nuestro producto, su protección y su empaque, podemos realizar el cálculo de pallets por contenedor:

Tabla 5 *Unitarización*

Tipo de contenedor	Total, de cajas	Total, Unidades
Contenedor 20ft	847	4235
Contenedor 40ft	1848	9240
Contenedor 40HQ	2184	10920

Fuente: Winner Go (2021)

El lote mínimo exportable, se lo calculó según la disponibilidad de materia prima con la que cuenta la empresa, dentro de este contexto se menciona que la empresa está en capacidad de exportar los tres tipos de contenedores, y esto dependerá exclusivamente de la demanda existente en el mercado objetivo.

8. PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN

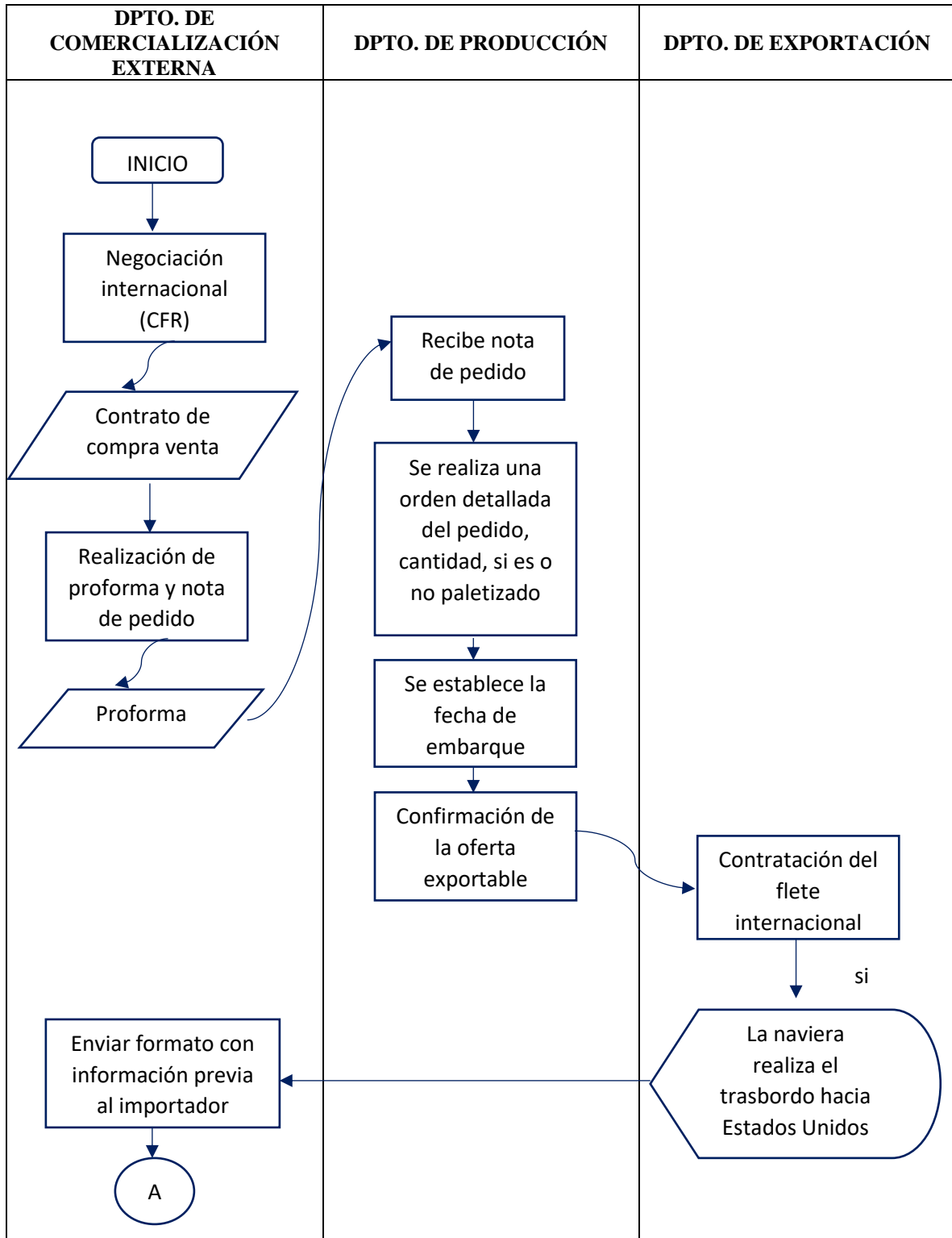
La logística de exportación parte desde:

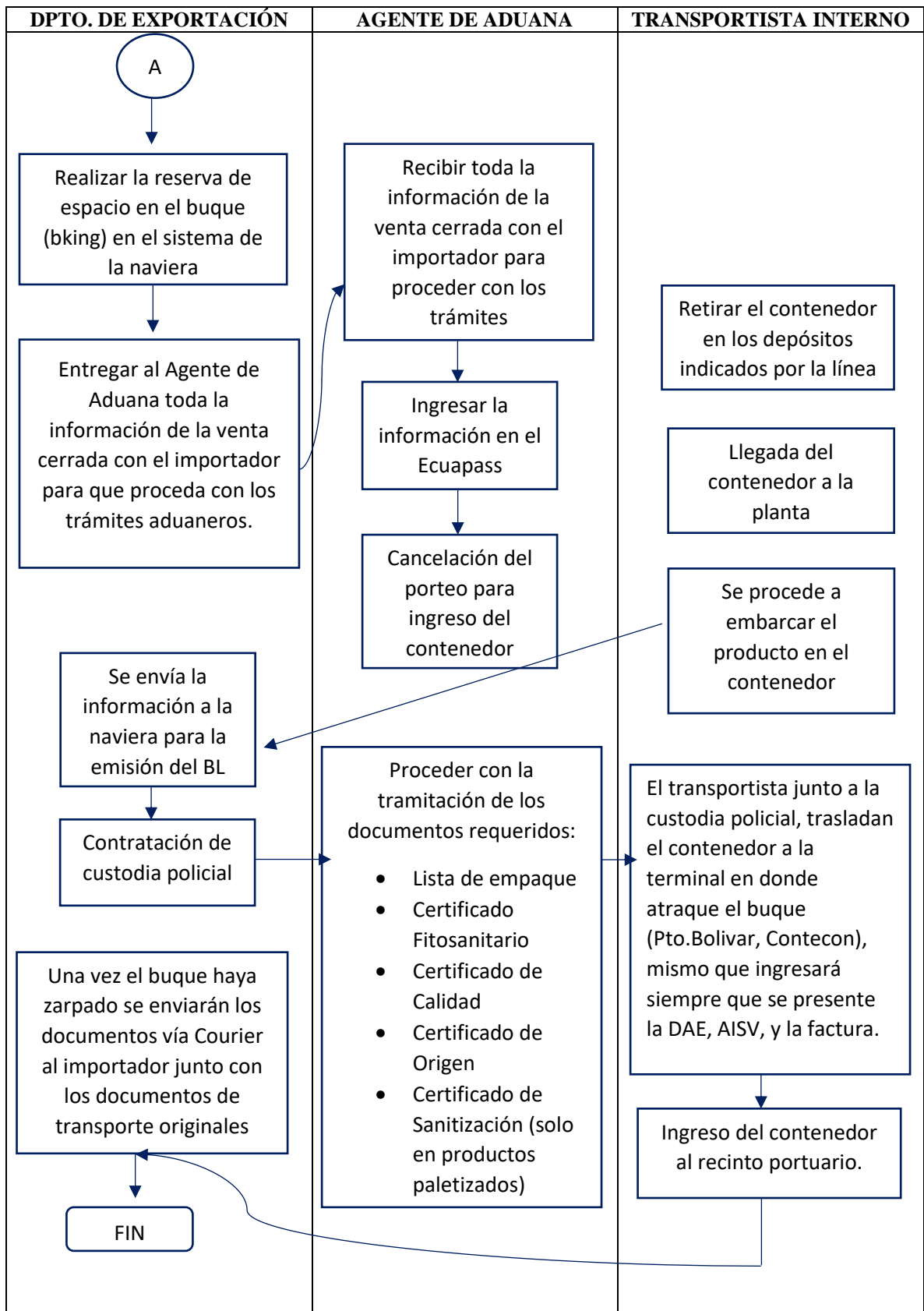
1. Negociación internacional, mediante la firma del contrato de compra y venta, en el cual se establecen las condiciones de venta:
 - Identificación de las partes contratantes.
 - INCOTERM.
 - Modo de transporte.
 - Lugar de destino.
 - Precio.
 - Forma de pago.
 - Idioma.
 - Divisa.
 - Entrada en vigor del contrato.
2. Confirmado el pedido con el cliente, el departamento de comercialización externa deriva una orden de pedido al departamento de producción, en la cual se detalla:

- Cantidad de producto
 - Empaque
3. Confirmación de la fecha en la que estará listo el pedido.
 4. El departamento de exportación, se encarga de contratar el flete internacional, aquí se debe seleccionar la ruta mas conveniente para el cliente, por cuestión tiempo.
 5. El departamento de exportación reserva el espacio en el buque, según la fecha acordada.
 6. Confirmado el espacio en el buque, se procede a la realización de los tramites aduaneros, DAE, para ingresarla al sistema Ecuapass, luego el Agente de Aduana se acerca a las oficinas del terminar portuario seleccionado para el pago de porteo del contenedor.
 7. La naviera, genera la orden de retiro del contenedor, misma que será enviada al transportista interno, quien procede a retirar el contenedor en el depósito indicado.
 8. Cuando el contenedor llegue a la Empresa ECUAFRUIT, se procede a la respectiva inspección.
 9. Contenedor en condiciones para el embarque, se procede a estibar el producto.
 10. El departamento de exportación, ingresa la información en el sistema de la Naviera para la emisión del documento de transporte, Bill of Lading.
 11. Contratación de custodia.
 12. El Agente de Aduana procede con la tramitación de los documentos requeridos (AISV) para el ingreso del contenedor al puerto marítimo, solicitud realizada en el sistema on line de la terminal.
 13. Cuando los documentos y el contenedor estén listos, el transportista traslada el contenedor a la terminal donde el buque atraca.
 14. Contenedor ingresa a al recinto aduanero.
 15. Se confirma fecha de zarpe del buque.
 16. Se envía los documentos de exportación y documentos de transporte originales al importador vía Courier.
 17. Finaliza el proceso de exportación de la Pulpa de Maracuyá.

8.1 Flujograma del Proceso Logístico de Exportación

Tabla 6 *Flujograma Logístico*





Fuente: Aguilar (2019)

CONCLUSIONES

Con relación a la investigación que se realizó en el plan de negocios, se logró determinar que existe un mercado objetivo en el estado de California- Estados Unidos, puesto que los consumidores tienen conocimientos sobre las propiedades nutritivas de la fruta y están en la capacidad de comprarla a un precio diferencial provechoso.

El precio referencial de exportación de la pulpa de maracuyá ha ido presentando un crecimiento considerable, además, se identificó que se debe cambiar el enfoque hacia los cultivos orgánicos de maracuyá, si Ecuador quiere ser competitivo.

Estados Unidos, es un mercado interesante para llegar con productos como la pulpa de maracuyá, la selección de este mercado se genera principalmente por su ubicación geográfica y el fácil acceso, además de ser una de las economías mas grandes y fuertes a nivel mundial con un alto poder adquisitivo de los consumidores, y por ser un socio tradicional en las relaciones comerciales con Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baena, J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 543-562. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058775003/html/index.html>
- Coello , R., & Pico, L. (2018). Cartas de crédito como medio de pago que genera confianza en el mundo de los negocios internacionales. *INNOVA RESEARCH*, 26-33. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/613-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2235-4-10-20190607%20(3).pdf
- Farfán, V. (2020). Plan de negocios para un outsourcing de joyería de oro bajo la marca Qori Soul. *DOMINIO DE LAS CIENCIAS*, 312-346. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-PlanDeNegociosParaUnOutsourcingDeJoyeriaDeOroBajoL-7398460.pdf
- González, N. (2016). Presentación: transporte y logística. *Transporte y Territorio*, 1-4. Obtenido de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/2425/2083>
- Hurtado, B., Robles , J., Preciado, J., & Bañuelos, N. (2017). Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonorenses. *Estudios Sociales*, 123-130. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-LogisticaDeTransporteYDesarrolloLocalEnOrganizacio-6259706.pdf
- Lazo, F. (2016). UN MODELO DE OFERTA EXPORTABLE PARA PRODUCTOS NO TRADICIONALES DEL PERÚ: PERIODO 2004-2016. *Semestre Económico*, 146-194. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/128-Texto%20del%20art%C3%ADculo-348-1-10-20180912.pdf
- Lizardo, S. (2018). ANALISIS DE LA CARTA DE CRÉDITO DESDE LA PERSPECTIVA DEL CÓDIGO DE COMERCIO VENEZOLANO Y LA DEL COMERCIO INTERNACIONAL. *Teorías, enfoques y aplicaciones en las Ciencias*

Sociales, 52-61. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-AnalisisDeLaCartaDeCreditoDesdeLaPerspectivaDelCod-6577559.pdf

Lozano, A. (2017). LAS BARRERAS NO ARANCELARIAS, COMO DIFICULTAD A SUPERAR PARA EXPORTAR A CANADÁ POR PRODUCTORES COLOMBIANOS. *LOGOS, CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 221-234. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5177/517754056020.pdf>

Ortiz, P. (2018). *La producción de maracuyá, su incidencia en el mercado internacional durante el periodo 2012-2016. [Tesis de Graduación, Universidad de México]*. Repositorio Institucional.

PRIMICIAS . (2021). *PRIMICIAS* . Obtenido de PRIMICIAS :

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-estados-unidos-firma-acuerdo-fase/#:~:text=Ecuador%20firm%C3%B3%20el%20de,es%20su%20principal%20socio%20comercial.&text=%E2%80%9CAmpliar%20estas%20relaciones%20con%20ustedes,dijo%20el%20presidente%>

Toala, G., Mendoza, A., Vences, D., & Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del conocimiento*, 71-87. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-LaOfertaExportableDeLasPYMESDeLaProvinciaDeManabi-7164411.pdf

Villacís, L., Mayón, D., & Romero, M. (2019). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VEGETALES Y FRUTAS MEDIANTE UNA APLICACIÓN INFORMÁTICA. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 163-176. Obtenido de file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet-PlanDeNegociosParaLaComercializacionDeVegetalesYFr-7520678.pdf