



Abril 2018 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE PECHICHE DE LA COMPAÑÍA PLANHOFA HACIA EL MERCADO DE NEW YORK – EEUU

AUTORAS:

Srta. Joseline Nathaly Carabajo Castillo

Egresada de la Carrera de Comercio Exterior
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
joselinecc_93@hotmail.com

Srta. Kelly Brigitte Manzano Manzano

Egresada de la Carrera de Comercio Exterior
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Kellybmm94@hotmail.com

COAUTOR:

MSc. Luis Felipe Castillo Criollo

Profesor de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte
lcastilloc@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Joseline Nathaly Carabajo Castillo, Kelly Brigitte Manzano Manzano y Luis Felipe Castillo Criollo (2018): “Plan de exportación de conserva de pechiche de la compañía Planhofa hacia el mercado de New York –EEUU”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/exportacion-pechiche-eeuu.html>

1. RESUMEN

El presente trabajo de investigación se enfoca en el desarrollo de un “Plan de exportación de conserva de pechiche de la compañía PLANHOFA hacia el mercado de New York –EEUU” se justificó debido al desaprovechamiento de la entidad mencionada en la exportación de este producto, distribuyéndolo en el mercado local a baja escala. Este estudio será un aporte hacia la diversificación de la oferta exportable ecuatoriana, pues permitirá conocer los requisitos de

ingreso y exigencias del mercado internacional para la exportación de conserva de pechiche, específicamente para el mercado meta.

Se indica que Ecuador es un país rico en agricultura, pero su oferta suele limitarse a materias primas específicas e incluso son pocas a las cuales se les da un procesamiento que les permita competir en el mercado exterior. Esto se debe a que las empresas enfocan sus esfuerzos en el mercado local principalmente a pesar de contar con capacidades que les permitan comercializarlas en el extranjero.

Por ello, como una forma para fomentar las conservas de pechiche y aprovechar la capacidad de las empresas comercializadoras, se desarrolla el presente estudio bajo el método descriptivo y analítico con enfoque mixto, esto al aplicar entrevistas a potenciales importadores, conociéndose así el alto potencial del producto propuesto, el interés en la compra y las oportunidades de consumo, especialmente porque en New York existe interés en adquirir alimentos nuevos además de la proporción de latinos en esta ciudad y que corresponden al 19% de su población. Conocido esto, se procedió al desarrollo del plan de exportación adaptado del modelo de Walter Bocanegra Bermúdez abarcando aspectos de la empresa, el producto, el mercado meta, la negociación con el importador, procesos de exportación, logística y el análisis financiero, determinándose así la factibilidad de lo propuesto al alcanzar ventas y utilidades constantes, generando una TIR del 20,06%, un VAN positivo de \$ 7.213,44 y un periodo de recuperación de 4 años, recomendándose así su implementación.

Palabras claves: Conservas – pechiche – exportación – factibilidad – plan

2. ABSTRACT

The present research work focuses on the development of an export plan for preserve of pechiche to the New York market-USA " it was justified due to the waste in the export of this product, distributing it in the local market on a small scale. This study will be a contribution towards the diversification of the Ecuadorian exportable supply, then it will allow to know the entry requirements and demands of the international market for the export of preserve of pechiche, specifically for the target market.

It is indicated that Ecuador is an agriculture rich country, but its supply is usually limited to specific raw materials and there are even few which have a processing that allows them to compete in the foreign market. This is due to the fact that the companies focus their efforts on the local market mainly in spite of having capacities that allow them to market them abroad.

Therefore, as a way to promote pechiche preserves and take advantage of the capacity of marketing companies, the present study is developed under the descriptive and analytical method with a mixed approach, this when applying interviews to potential importers, thus knowing the high potential of the proposed product, interest in the purchase and consumption opportunities, especially because in New York there is interest in acquiring new foods, in addition to the proportion of Latinos in this city corresponding 19% of its population. Known this, we proceeded to the development of the export plan adapted from the Walter Bocanegra Bermúdez model covering aspects of the company, the product, the target market, the negotiation with the importer, export processes, logistics and financial analysis, thus determining the feasibility of the proposal when reaching constant sales and profits, generating an IRR of 20.06%, a positive VPN of \$ 7,213.44 and a recovery period of 4 years, recommending its implementation.

Key Words: perserves - pechiche - export - feasibility – plan

3. INTRODUCCIÓN

Este proyecto se enfoca en el desarrollo de un plan de exportación para conservas de pechiche al mercado de New York, de una empresa exportadora ubicada en la ciudad de Ambato. Se indica que Ecuador es un país agricultor pero su oferta suele limitarse a materias primas específicas e incluso son pocas a las cuales se les da un procesamiento que les permita competir en el mercado exterior. Esto se debe a que algunas empresas enfocan sus esfuerzos en el mercado local principalmente, a pesar de contar con capacidades que les permitan comercializarlas en el extranjero. Como una forma de fomentar la comercialización al exterior de este producto se desarrolla el presente proyecto y que comprende:

Un capítulo 1 donde se menciona el diseño de la investigación, detallando las razones bajo las que se llevan a cabo el presente estudio, delimitándolo y planteando los objetivos que se esperan cumplir por las autoras, entre otros puntos esenciales para direccionar adecuadamente los esfuerzos.

Un capítulo 2 que involucra la fundamentación teórica, compuesto principalmente por información tomada de otros autores y que permitieron conocer aspectos teóricos relacionados al proyecto, definir términos específicos en torno al problema abordado, detallando los modelos para el plan de exportación a desarrollar y el marco legal referente al tema.

Un capítulo 3 denominado metodología de la investigación donde se indican los aspectos referentes a la recolección de datos realizada por las autoras, los sujetos de investigación, ente otros, cerrando con un análisis de los hallazgos y seleccionado al importador potencial idóneo para dirigir la oferta.

Un capítulo 4, siendo este el informe final del proyecto donde se desarrolló el plan de exportación. El mismo fue adaptado de diseños tomados de otros autores, involucrando aspectos de la empresa, el producto, el mercado, la negociación con el importador, procesos de exportación, logística y el análisis financiero, midiendo la factibilidad de lo propuesto.

4. EL PECHICHE

Nombre Vulgar: Pechiche

Nombre Científico: *Vitex gigantea*

Familia: Verbenaceae

Descripción: Alcanza 30 m de altura, 80 cm de diámetro, ramas terminales, con corteza gris que se desprende, tronco recto con base ligeramente acanalada. Copa casi esférica, un poco achatada, densa, de follaje espeso.

Sus flores son de color violeta o lila, dispuestas en manojos, ubicadas en la base de las ramitas jóvenes, cáliz persistente, florece de diciembre a enero. Su fruto es una drupa carnosa, color café antes de madurar, color negro al madurar, de un poco más de 1cm de longitud, con cáliz persistente.

El pechiche es un fruto que se obtiene del árbol del pechiche o en su nombre científico *Vitex Gigantea*, es un árbol de la familia *Verbenaceae* y cómo su nombre lo indica crece a grandes proporciones llegando a tener una altura de hasta 8 metros. El pechiche es un fruto de la categoría de las bayas es de origen comestible, cuando no está maduro es de color verde pero una vez llegada la madurez toma un color negro brillante, es una planta que comúnmente se utiliza para realizar dulces y conservas. Este tipo de árboles crece en climas húmedos generalmente en las provincias de Guayas, Los Ríos, Loja, Tungurahua y Manabí (Infojardín, 2017).

Con este fruto se elabora una conserva llamada “Conserva de pechiche” un manjar muy tradicional en las zonas más cálidas del Ecuador, aunque en zonas templadas también tiene gran demanda, el sabor de esta conserva es tan apetecible que ya se producen conservas industrializadas para promover su consumo (Diario Extra, 2016).

5. Teorías clásicas del comercio internacional.

Para enunciar el comercio internacional se pueden diferenciar dos teorías no muy distantes la una de la otra, la teoría de Adam Smith denominada ventaja absoluta (VA) y la teoría de

David Ricardo descrita como ventaja comparativa (VC). Estas teorías son consideradas como modelos clásicos del comercio internacional y buscan establecer las condiciones idóneas en las cuales debería desarrollarse el mismo, permitiendo que los dos países participantes obtuvieran ganancias. (JNNJUDCF, 2016)

De acuerdo a Ibarra (2016) la teoría de Adam Smith establece que los países deben especializarse en la producción de mercancías en donde tengan una ventaja competitiva, por ejemplo si un país es por naturaleza óptimo para el desarrollo de un producto agrícola debe especializarse en ofrecer al mercado internacional este producto convertido en un bien manufacturado, entendiéndose que la ventaja competitiva sería tener acceso a materia prima de calidad y a precios módicos, no depender de ningún factor externo que pueda afectar la oferta de ese producto y por ende obtener rangos de utilidad elevados al momento de venderlo a otros países.

Para el desarrollo de esta teoría debe darse un hecho fundamental, siendo este el crecimiento del libre comercio, entendiéndose que todas las ventajas competitivas que rodean al producto específico pueden diluirse frente a barreras al comercio. Según Smith un país que se especializó en un bien debe poder vender ese artículo a su socio comercial y viceversa, debe tener facilidad para adquirir la producción de su socio comercial, dándose un intercambio donde los dos participantes tienen beneficios.

David Ricardo con su teoría de la ventaja comparativa instó a tener en cuenta que al momento de escoger un producto en el cual especializarse también deben considerarse factores como los costos del pago a los trabajadores u otras obligaciones que mantienen el país, es decir que a pesar de que un estado no tenga una ventaja absoluta en un bien igual puede producirlo si considera que su ventaja competitiva es mayor referente a otros productos producidos por otros estados en base a estos costos (Ibarra, 2016).

6. PRODUCTO A EXPORTAR (CONSERVA DE PECHICHE)

5.1. Especificaciones técnicas del Producto

- Contenido: 500 gramos
- Expiración envase cerrado: 6 meses
- Nombre comercial: Conserva de Pechiche
- Marca: Frisco
- Materia prima para 500 gramos del producto:
 - Pechiche: 280 gramos sin pepa
 - Stevia: 8 gramos
 - Canela: 22 gramos

- Gelatina neutra: 5 gramos
- Agua: 178 ml
- Limón: 7 ml (contenido de un limón 15 ml)

5.2. Clasificación Arancelaria del Producto

Tabla 1.

Clasificación Arancelaria de la Conserva de Pechiche

Arancel Nacional del Ecuador	
Sección IV:	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 20:	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida 20.07:	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
Subpartida 2007.99.91:	- - - - Confituras, jaleas y mermeladas

Elaborado por: Las Autoras

5.3. Ventajas competitivas del producto

El producto se caracteriza por ser un manjar reconocido en países latinos, además de estar endulzado con stevia, lo cual les brindará una ventaja frente a otros productos cuyo consumo se ve limitado por las nuevas tendencias del público referencias a una alimentación sana.

7. ANÁLISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO META.

En este proyecto se escoge como mercado destino Estados Unidos, mismo que posee una de las economías más fuertes del mundo y que ha experimentado un crecimiento. Si se toma como referencia su Producto Interno Bruto al año 2015 (18.036 miles de millones de dólares) y se compara con el generado el año 2016 (18.569 mil millones) lo cual muestra un crecimiento importante (Santander, 2017).

En el caso de su población, la misma se considera alta, bordeando los 326, 6 millones de habitantes donde la agricultura representa el 0,90% de su PIB, lo cual justifica el alto índice de importaciones de materias primas vegetales y sus procesados (PROECUADOR, 2017).

Tomando como referencia a Nueva York. Com (2017) una de las ciudades económicamente más representativa de Estados Unidos es Nueva York, la cual es su centro de negocios y la más poblada de la nación. Además, esta ciudad cuenta con un porcentaje importante de hispanos, mismos que conocen el producto al formar parte de su alimentación en sus países natales.

Según la United States Census Bureau (2017), la población de la ciudad de Nueva York corresponde a un total de 19.745.289 habitantes, siendo el valor registrado hasta julio del año 2016. Adicional a esto, el 19% de la población en la ciudad está conformada por latinos, volviendo atractiva la oferta de productos reconocidos por este grupo (Office of the New York, 2016).

6.1. Acceso al Mercado de Destino

Ecuador goza del Sistema General de Preferencia Arancelarias establecido por los Estados Unidos, por lo cual determinados productos ingresan con un arancel bajo en relación a otros países. Impuestos aduaneros de importación o arancel de país de destino. De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior (2015) este estaría vigente hasta el 31 de diciembre del año 2017, sin embargo, están en proceso de negociación para que puedan extenderse.

Datos publicados en el diario El Comercio (2017) , mencionan que cerca de 300 productos del Ecuador ingresan sin arancel a los Estados Unidos.

De acuerdo a The United States International Trade Commission (2014) en el documento titulado "Harmonized Tariff Schedule of the United States" la tarifa arancelaria para la partida 2007.99.11 referente a otras confituras, jaleas, mermeladas obtenidas por cocción con o sin azúcar el arancel corresponde al 35% pero mediante el SGP resulta en un 10%.

6.2. Productos o Empresas competidoras

Según PROCHILE (2013) entre las principales marcas que elaboran conservas y mermeladas en Estados Unidos y extranjeras se mencionan:

- Smucker's es una marca perteneciente a la compañía "The JM Smuckers Co y se produce en Estados Unidos, hasta el año 2013 se ofrecía a \$ 4,98 por un tamaño de 48 oz.
- Welch's ocupa el segundo puesto y es producida por National Grape Co-operative Inc en Estados Unidos

- La principal marca extranjera es la europea Hero de la empresa Hero Group de Suiza. el precio de 8 unidades ascendía al 2013 a \$ 28,37, siendo de 12 oz la presentación del envase.
- La segunda marca extranjera de gran acogida es Bone Mamam producida en Francia por Bonne Mamam Preserves and Jellies. su precio correspondía a \$ 3,98 por un envase de 13oz.

8. INCOTERM A NEGOCIAR

Para este caso, se recomienda que el incoterm utilizado sea el FOB “Franco a Bordo” en donde la mercancía se considera entregada al cliente una vez que se encuentra en poder del transportista principal que la llevará hasta el mercado destino (PROEcuador, 2016).

9. PROCESO DE EXPORTACIÓN

8.1. Fase pre embarque.

El proceso de exportación se inicia con la transmisión de la declaración aduanera de exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que no es simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el SENA E por parte del exportador o declarante. Los principales datos que se consignan en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de loa factura por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

8.1.1. Documentos que acompañan a la dae

Los documentos digitales que acompañan a la DAE son:

- Factura comercial
- Certificado de Origen (de ser el caso)
- Autorizaciones Previas

Para realizar el proceso de exportación no es obligatoria la presencia de un Agente de Aduana, pero si el tamaño de su empresa lo amerita, se sugiere contratarlo para que asesore en la apertura y cierre de la exportación.

8.1.2. Booking /reserva de carga.

El exportador o consignante debe comunicarse con su transportista (Naviera, línea aérea o Agente de carga) para reservar el espacio dentro del buque, y para conocer el lugar donde se entregará la carga en el puerto de embarque. La naviera o agente, acepta o rechaza la reserva de carga indicando el buque y la fecha prevista de salida.

8.1.3. Estados en que se encontrará la DAE

- Canal de aforo.- Es asignado previo al ingreso de la mercancía a zona primaria, el sistema envía una notificación con el canal de aforo al exportador y de ser automático, el estado cambia directamente a Salida autorizada, De ser otro tipo de aforo, cambia el estado a Receptada.
- Receptada.- Es asignado luego de que la DAE ha sido derivada al buzón del aforador encargado de realizar el aforo de la DAE, ya sea documental o físico.
- Proceso de aforo.- Es asignado cuando el aforador se encuentra revisando el trámite, ya sea de manera física, documental o ambas.
- Observada.- Es asignado cuando se encuentran novedades en el aforo que el exportador debe subsanar.
- Salida autorizada.- Es asignado cuando el canal de aforo de la DAE es automático o el aforo físico o documental ha sido cerrado por el aforador. Este estado indica que la carga tiene autorización de parte de aduana para ser embarcada.
- Rechazo.- Es asignado cuando la DAE no ha registrado un ingreso o documento de transporte en 30 días o cuando ha sido solicitado por el exportador o declarante.
- Regularizada.- Es asignado cuando el exportador ha culminado el proceso de exportación y confirma a la aduana que la información que está registrada en la DAE es la definitiva.
- Carga no exportada.- Es asignada cuando la DAE consta con registros de informes de salida de exportación por concepto de carga no exportada por el total de la mercancía declarada.

8.2. Fase de embarque.

Salida del medio de transporte

- Depósito
- Zona Primaria, en los distritos donde no existe depósito concesionado
- Emisión del documento de transporte

8.3. Fase Post Embarque.

- Manifiesto de carga: Manifiesto de carga será realizado hasta 48 horas después de la salida del medio de transporte si la exportación es realizada por vía marítima.
- Correcciones a la DAE: Dentro del período de 30 días después de la salida autorizada, el declarante puede realizar corrección a la DAE cuando la DAE no cuente con el estado regularizada
- Regularización de la DAE: Una vez que el transportista haya generado el manifiesto de carga (MRN), se realiza la regularización de la DAE. No es otra cosa que: “El estado de la declaración aduanera de exportación mediante el cual se da por culminado el proceso de exportación de las mercancías cumpliendo con las formalidades aduaneras correspondientes”.

8.4. Flujo del Proceso de Exportación



Figura 1: Flujograma del Proceso de Exportación de Conserva de Pechiche

10. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En primer lugar, se debe mencionar que el cliente seleccionado para la adquisición del producto es Dinás Corporation, por tener un mayor volumen de compra en productos relacionados a las conservas con 41 toneladas y por ofertarlos directamente a otros puntos de ventas, garantizando una mayor cobertura en el mercado destino. Esta empresa se encuentra ubicada en New York, específicamente en 104-46 Dunkirk St. Jamaica, NY 11412, operando desde el año 1994 (Dinas Corp, 2017).

Dicho esto, y considerando que la empresa exportadora se encuentra ubicada en Ambato, será necesario el transporte a terrestre hacia el puerto de origen. Respecto al puerto de origen se establece que será el de Guayaquil al ser el más cercano y el más eficiente en el país.

En un estudio realizado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2015) respecto a la estructura portuaria del Ecuador, el puerto de Guayaquil al año 2014 se ubicó en el puesto número ocho en América Latina por la cantidad de carga movilizada en contenedores. Tan solo este puerto moviliza el 70% de la mercancía en materia de comercio exterior, considerándose relevante en este proyecto.

Respecto al puerto de destino, se considera factible la llegada de la mercancía al puerto de la ciudad de New York siendo uno de los más utilizados para la llegada de la mercancía ecuatoriana según el Perfil Logístico de Estados Unidos elaborado por PROECUADOR (2017). Se debe destacar que el tiempo de viaje a este puerto desde Ecuador corresponde a 12 días.

11. RESULTADOS

Luego de analizar el mercado, los gustos y preferencias de consumo en New York, E.E.U.U.; se describen las características del producto, se establece el precio y los respectivos costos de producción con el fin de realizar la evaluación financiera y determinar la rentabilidad del producto.

Para exportar la conserva se ha elegido el envase de vidrio en presentación de 500 g, en vista que las preferencias del mercado son de adquirir este tipo de productos en esta presentación. Es importante destacar, que el porcentaje de azúcar blanca será reemplazada por Stevia, lo cual nos da una ventaja competitiva frente a otras conservas.

La distribución se realizará a través de DINAS CORP, una distribuidora de productos latinos en E.E.U.U., considerando que esta tiene un mayor alcance para el mercado meta al cual va dirigido el producto.

El incoterm que se usará para llevar a cabo las negociaciones es FOB (Free On Board), estableciéndose que la obligación del vendedor concluye cuando se haya ubicado la mercadería en el puerto de embarque incluyendo el trámite aduanero de exportación, quedando establecido que el transporte internacional, es responsabilidad exclusiva del comprador.

Los envases con la conserva de pechiche serán colocados en cajas de cartón de 30 cm de ancho x 23cm de largo x 26 cm de alto con capacidad de 24 envases. Las cajas de cartón son colocadas en pallets de dimensiones 120x100 cm. En cada pallet ingresan 80 cajas dando un

total de 1.920 productos. EL primer mes, se exportará 2 pallets que contienen la cantidad de 3.840 envases de conserva. Los pallets al ser de madera serán sanitizados de acuerdo a lo que establecen las normas NIMF 15.

12. CONCLUSION

Durante el desarrollo del plan de exportación se pudo conocer la factibilidad del proyecto, esto causado por el interés evidenciado por el mercado meta en la recolección de datos primarios a potenciales importadores y las condiciones del mercado que lo vuelven favorable para la compra y consumo de la conserva de pechiche. Cabe destacar que la empresa exportadora ha demostrado la capacidad suficiente para iniciar con la venta en el exterior de este producto.

Se pudieron conocer los requisitos de ingreso al mercado estadounidense, específicamente NEW YORK, está la documentación exigida tales como la notificación sanitaria, el modelo de etiqueta que deberá contener información relevante acerca del producto y la empresa productora. Se conoció a su vez que el producto a exportar goza del sistema general de preferencias arancelarias, siendo del 10% su arancel y de 35% sin dicho sistema.

Durante la recolección de datos secundarios, se pudo acceder a documentos elaborados por otros autores y disponibles en el medio, conociendo modelos para el diseño de planes de exportación tomando como referencia el de Walter Bocanegra Bermúdez, pero adaptándose a las necesidades del proyecto, comprendiendo siete puntos específicos.

El diseño del plan de exportación involucró el desarrollo de puntos relacionados a la empresa, el producto a exportar, el análisis del mercado meta, la negociación a realizar, el proceso de

exportación, la logística y el estudio financiero. Cabe destacar que el importador seleccionado fue DINAS CORP, mismo que compraría inicialmente un total de seis pallets, ingresando en un pallet 80 cajas y en cada caja 24 envases. De esta forma por pallet se enviarían 1.920 envases y en el primer año resultarían en 11.520 unidades de conservas.

Al determinar la factibilidad del negocio, mencionándose que la exportación se realizaría en los meses de septiembre a noviembre, se pudieron pronosticar ventas constantes y una utilidad atractiva, alcanzando con estas cifras una tasa interna de retorno TIR de 20,06% y un Valor Actual Neto VAN que asciende a \$ 7.213,44, demostrándose así el atractivo de la inversión.

13. BIBLIOGRAFIA

- Cedeño, C. (2017). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de mermelada de pitahaya en el Estado de Nueva York, Estados Unidos*. Quito: Universidad de Las Américas.
- Diario El Comercio. (11 de Septiembre de 2017). *Diario El Comercio*. Obtenido de Ecuador busca en EE.UU. extensión del Sistema General de Preferencias: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-eeuu-extension-preferencias-aranceles.html>
- Diario Extra. (2 de Septiembre de 2016). *¿Has oído hablar del dulce de pechiche? Así se prepara*. Obtenido de *¿Has oído hablar del dulce de pechiche? Así se prepara*: <http://www.extra.ec/buena-vida/dulce-pechiche-receta-guayaquil-gastronomia-MA640178>
- Dinas Corp. (2017). *Dinas Corp*. Obtenido de Visit Us: <https://www.dinascorp.com/>
- Evangelista, W. (2013). *Plan de comercio exterior para la exportación de pulpa de arazá al mercado estadounidense, en el estado de Nueva York*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador.
- Galeano, C. (2013). *Comprar, conservar y congelar nuestros alimentos de la A hasta la Z*. Madrid: Budok Publishing.
- Hidalgo, A., & López, S. (2013). *Plan de factibilidad para la creación de una empresa para la producción y exportación de miel de cacao hacia Estados Unidos (Nueva York)*. Quito: Universidad Internacional del Ecuador.
- Infojardín. (2017). *Pechiche (Vitex gigantea): fotos*. Obtenido de *Pechiche (Vitex gigantea): fotos*.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (5 de Julio de 2017). *PROECUADOR*. Obtenido de Perfil Logístico de Estados Unidos – 2017 : <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-estados-unidos-2017/>

- López, I. (2014). *Gestión del comercio exterior de la empresa*. Madrid: ESIC.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Suscripción de Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP): <http://www.comercioexterior.gob.ec/suscripcion-de-sistema-general-de-preferencias-arancelarias-sgp/>
- Nueva York.com. (2017). *Nueva York.com*. Obtenido de Economía y gobierno de Nueva York: <http://www.nuevayork.com/economia-y-gobierno-de-nueva-york/>
- Office of the New York. (Junio de 2016). *Office of the New York*. Obtenido de The Hispanic Community in New York State: https://www.osc.state.ny.us/osdc/rpt6-2016_eng_span.pdf
- PROCHILE. (Agosto de 2013). *PROCHILE*. Obtenido de Estudio de mercado, mermeladas, jaleas y comportas en EEUU: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1384529749PMP_EEUU_Mermeladas_2013.pdf
- PROECUADOR. (Septiembre de 2015). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de Ecuador Infraestructura Portuaria: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/INFRAESTRUCRURA+PORTUARIA+2015.compressed11.pdf>
- PROECUADOR. (2016). *PROECUADOR*. Obtenido de FOB Franco a Bordo : <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>
- PROECUADOR. (2017). *Intituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de FICHA TÉCNICA DE ESTADOS UNIDOS: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/ficha-pais-online/>
- Santander. (2017). *Santander*. Obtenido de ESTADOS UNIDOS: POLÍTICA Y ECONOMÍA: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- United States Census Bureau. (2017). *Oficina del Censo de Estados Unidos*. Obtenido de Ciudad de Nueva York: <https://www.census.gov/quickfacts/table/PST045215/3651000>
- United States International Trade Commission. (2014). *United States International Trade Commission*. Obtenido de HARMONIZED TARIFF SCHEDULE : <https://www.usitc.gov/publications/docs/tata/hts/bychapter/1400htsa.pdf>