



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

**Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado  
de Estados Unidos.**

**AUTORES:**

**Pozo Limones, Jorge Arturo y Silva López, Andrea Cristina**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

**TUTORA:**

**Ing. Rodríguez Bustos Andrea Johanna, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**6 de febrero del 2024**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Pozo Limones Jorge Arturo** y **Silva López Andrea Cristina**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** y **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTORA:**

---

**Ing. Andrea Rodríguez, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

**Guayaquil, a los 6 del mes de febrero del año 2024**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Pozo Limones Jorge Arturo**,

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 6 del mes de febrero del año 2024**

**EL AUTOR**

**Pozo Limones Jorge Arturo**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Silva López Andrea Cristina**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 6 del mes de febrero del año 2024**

**LA AUTORA:**

**Silva López Andrea Cristina**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Pozo Limones Jorge Arturo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 6 del mes de febrero del año 2024**

**EL AUTOR:**

**Pozo Limones Jorge Arturo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Silva López Andrea Cristina**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 6 del mes de febrero del año 2024**

**LA AUTORA:**

**Silva López Andrea Cristina**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos**, presentado por la/el/los estudiantes **Pozo Limones Jorge Arturo y Silva López Andrea Cristina**, fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al **1%**, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

 **INFORME DE ANÁLISIS**  
magister

andrea.silva\_jorge.pozo-1

**1%**  
Textos sospechosos

< 1% Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas  
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: andrea.silva_jorge.pozo-1.doc	Depositante: Andrea johanna Rodríguez Bustos	Número de palabras: 27.320
ID del documento: 05e5a2dcf92a3794b667dbc2779605d400e05bc6	Fecha de depósito: 23/1/2024	Número de caracteres: 192.042
Tamaño del documento original: 2 MB	Tipo de carga: interface	
	fecha de fin de análisis: 23/1/2024	

**TUTORA**

**Ing. Andrea Rodríguez, Mgs.**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis abuelos, quienes, con su ejemplo, me enseñaron que nunca se debe rendir por los sueños.

A mi padre, quien, con su lucha incansable, hemos podido dar un paso más.

A mis madres, siempre conmigo, nunca solo.

A mis amigos, que han estado constantemente apoyándome en todo, incluso en este proyecto.

**Jorge Arturo Pozo Limones**

## **DEDICATORIAS**

A mi padre, esto es para ti.

**Jorge Arturo Pozo Limones**



## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres Orlando Silva y Mirella López, quienes han sido mi fuente inagotable de inspiración y soporte a lo largo de estos años, este logro se los debo a ustedes, gracias por estar incondicionalmente conmigo. Su inquebrantable apoyo y amor siempre será mi mayor fortaleza.

A mis hermanos Arnold, Isaías y Dylan quienes han contribuido de manera única en todas las etapas de mi vida, es grato compartir este logro con ustedes, puesto que también me motivaron constantemente para cumplir este sueño.

**Andrea Cristina Silva López**

## **DEDICATORIA**

Agradezco a Dios, por guiar mis pasos en el camino correcto, por brindarme sabiduría y permitirme llegar a la culminación de mi carrera universitaria.

A la Virgen María, madre amorosa y llena de gracia, por todas las bendiciones que me ha otorgado, por ser mi intercesora.

A mi mami por su amor incondicional, por apoyarme en todo momento y estar siempre a mi lado, por mostrarme que con constancia se logran alcanzar las metas. No hay palabras suficientes para expresar lo mucho que te quiero y te admiro.

A mi papi por su dedicación, esfuerzo y amor, por sus consejos, y por enseñarme que con perseverancia se cumplen los objetivos.

A nuestra tutora la Ing. Andrea Rodríguez por motivarnos y guiarnos en cada paso para la realización de este proyecto.

**Andrea Cristina Silva López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**ING. ANDREA RODRÍGUEZ, MGS.**

TUTORA

---

**ING. KNEZEVICH, TERESA, PHD.**

DIRECTORA DE CARRERA

---

**ING. AVILES, MARÍA PHD.**

COORDINADOR DEL ÁREA

---

**ING. ECHEVERRÍA, MONICA, MGS.**

OPONENTE

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	2
CAPITULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
Antecedentes .....	4
Descripción del problema.....	6
Planteamiento de problema .....	6
Sistematización del problema .....	10
Preguntas de investigación .....	10
Objetivos .....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos .....	11
Justificación .....	11
Delimitación de la investigación .....	12
Limitaciones.....	13
Capítulo II: Marco teórico y conceptual.....	14
Marco teórico .....	14
Teoría de ventaja competitiva .....	14
Teoría de la oferta y la demanda.....	17
Modelo de Heckscher-Ohlin .....	18
Teoría del consumidor.....	19
Modelo de crecimiento de Domar .....	20
Teoría pura y monetaria del comercio internacional .....	21
Teoría de la localización.....	22

La Inclusión de Exportaciones en el Proceso de Internacionalización Empresarial .....	23
Gestión de la cadena de suministro de alimentos procesados.....	24
El comercio internacional y los Incoterms .....	25
La moringa y sus propiedades .....	25
Marco conceptual.....	26
Análisis de las teorías .....	28
Capítulo III: Marco metodológico.....	31
Marco metodológico.....	31
Postura epistemológica.....	31
Enfoque.....	32
Tipos de datos .....	32
Fuente de herramientas.....	33
Tipo de análisis .....	34
Análisis PESTEL .....	34
Político.....	35
Factores Económicos .....	36
Factores Sociales .....	38
Factores Tecnológicos.....	40
Factores Legales.....	41
Factores Ambientales .....	43
Análisis PORTER .....	44
Análisis de la demanda .....	45

Análisis FODA .....	50
Resultados.....	51
Capítulo IV: Propuesta .....	56
Modelo administrativo del proyecto .....	56
Planificación de la constitución de la compañía.....	56
Actividad comercial y razón social .....	58
Misión de la empresa .....	59
Visión de la empresa.....	59
Plan de exportación .....	59
Producto.....	59
Precio del producto y trámites de exportación .....	61
Fase de pre embarque.....	64
Canales de distribución y estrategias de marketing.....	69
Estrategias de marketing y posicionamiento.....	70
Plan de factibilidad financiera.....	72
Presupuesto de inversión .....	72
Financiamiento.....	73
Gastos de ventas, administrativos y de exportación.....	75
Estado de Resultados Integrales.....	80
Flujo de caja, TIR, VAN .....	82
Conclusiones.....	86
Recomendaciones .....	88
Bibliografía.....	89

Anexos.....	94
Anexo 1. Entrevista a un productor de moringa.....	94
Anexo 2. Entrevista a un exportador de moringa .....	96
Anexo 3. Entrevista a un funcionario del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.....	98

## Índice de Tablas

Tabla 1. Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos. ....	8
Tabla 2 Competencia internacional.....	47
Tabla 3 Precios referenciales.....	62
Tabla 4. Costos de exportación .....	69
Tabla 5. Estado de Situación Inicial.....	72
Tabla 6. Condiciones del préstamo, activos fijos.....	73
Tabla 7. Condiciones del préstamo, capital de trabajo.....	74
Tabla 8. Tabla resumen de los préstamos. ....	74
Tabla 9. Presupuesto de gastos administrativos anual. ....	75
Tabla 10. Presupuesto de gastos de ventas anual.....	76
Tabla 11. Presupuesto de gastos de exportación anual. ....	78
Tabla 12. Estado de Resultados Integrales.....	80
Tabla 13. Flujo de Caja, TIR, VAN.....	82
Tabla 14. TIR, VAN, PAYBACK PERIOD.....	84

## Índice de Figuras

Figura 1. <i>Presentación de la moringa</i> .....	26
Figura 2. <i>Evolución del PIB-Ecuador</i> .....	38
Figura 3. <i>Logotipo</i> .....	58
Figura 4. Presentación del producto, fundas de 250 gramos.....	61
Figura 5. Costos logísticos.....	63
Figura 6. Flujograma de procesos de exportación de moringa a EEUU.....	67
Figura 7. Distancia-tránsito Puerto de GYE a Los Ángeles, EEUU.....	68



## RESUMEN

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo determinar el proceso de exportación de la hoja seca de moringa hacia el mercado de Estados Unidos. Como parte de la metodología empleada, se consideró un estudio netamente cualitativo, en donde por medio de herramientas como la entrevista y la observación se analizó y se interpretaron los resultados. Tanto el análisis PESTLE como PORTER coinciden en la importancia de aspectos socioculturales, tecnológicos y ambientales, subrayando la necesidad de diferenciación y calidad para competir en el mercado estadounidense. Además, se sugieren acciones prácticas derivadas de los resultados, como la optimización de la cadena de suministro, la diversificación de canales de distribución, la colaboración con socios logísticos, la adaptación a regulaciones cambiantes y la implementación de tecnologías avanzadas. En el ámbito de marketing, se enfatiza la importancia de resaltar la calidad y los beneficios únicos de las hojas de moringa para fortalecer la posición competitiva en un mercado dinámico. En conjunto, estas estrategias buscan mejorar la eficiencia operativa y aprovechar oportunidades en el mercado de exportación de hojas de moringa. Finalmente, se considera que el proyecto es rentable, toda vez que el TIR corresponde al 51,47 % y un VAN de \$ 177.103,16.

***Palabras Clave:*** Moringa, Exportación, Mercado, Eficiencia, Suministro.

## ABSTRACT

The present research aims to determine the process of exporting dried moringa leaves to the United States market. As part of the employed methodology, a purely qualitative study was considered, where through tools such as interviews and observation, the results were analyzed and interpreted. Both PESTLE and PORTER analyses converge on the importance of sociocultural, technological, and environmental aspects, emphasizing the need for differentiation and quality to compete in the U.S. market. Furthermore, practical actions derived from the results are suggested, such as optimizing the supply chain, diversifying distribution channels, collaborating with logistics partners, adapting to changing regulations, and implementing advanced technologies. In the marketing domain, there is an emphasis on highlighting the quality and unique benefits of moringa leaves to strengthen the competitive position in a dynamic market. Collectively, these strategies aim to enhance operational efficiency and seize opportunities in the moringa leaf export market. Finally, the project is deemed profitable, considering a 51.47 % IRR and a \$ 177,103.16 NPV.

**Keywords:** Moringa, Exportation, Market, Efficiency, Supply.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de exportación de moringa desde Ecuador a Estados Unidos emerge como una iniciativa estratégica que busca capitalizar las propiedades nutritivas y sostenibles de la moringa, una planta reconocida por su versatilidad y beneficios para la salud. Ecuador, con su clima propicio y condiciones geográficas ideales, se presenta como un productor potencialmente exitoso de moringa, abriendo las puertas a una nueva frontera en la exportación de productos naturales hacia los Estados Unidos.

La moringa, conocida como el "árbol milagroso", ha ganado reconocimiento global debido a su riqueza en nutrientes esenciales, antioxidantes y propiedades medicinales. Este proyecto se propone aprovechar al máximo estas cualidades, estableciendo una cadena de suministro eficiente y sostenible que permita llevar los productos derivados de la moringa desde los campos de cultivo en Ecuador hasta los consumidores estadounidenses.

Con un enfoque en la calidad, sostenibilidad y salud, el proyecto no solo aspira a posicionar la moringa en el mercado estadounidense, sino también a contribuir al desarrollo económico y social en Ecuador. A través de una cuidadosa planificación y ejecución, se busca no solo satisfacer las demandas de un mercado cada vez más consciente de la salud, sino también fomentar prácticas agrícolas sostenibles y generar oportunidades de empleo en la región.

Este informe explorará los aspectos clave del proyecto de exportación de moringa, desde la planificación estratégica hasta la ejecución y comercialización en el mercado estadounidense, destacando los beneficios económicos y medioambientales que esta iniciativa promete ofrecer.

Como parte de la distribución del trabajo investigativo, se detalla que, en el capítulo I, se desarrollará las generalidades de la investigación, exponiendo los antecedentes y la problemática del estudio, seguido de los objetivos, justificación, delimitación y limitaciones.

Por su parte, en el capítulo II, se expondrán las teorías relacionadas a las variables investigativas y el marco conceptual vinculado al proyecto.

Así mismo, en el capítulo III, se proporciona la estructura y el enfoque metodológico que se utilizarán para abordar el problema de investigación. Este capítulo es crucial para establecer la

credibilidad y la validez del estudio por medio del diseño de estudio, enfoque y técnicas a emplearse para obtener los resultados y posterior análisis.

En el capítulo IV, se desarrolla la propuesta, en donde se analiza la estructura administrativa, características internas de la empresa, aspectos logísticos de exportación y la factibilidad financiera.

Finalmente se desarrollan las conclusiones y recomendaciones del proyecto considerando las herramientas empleadas y los resultados obtenidos.

# **CAPITULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN**

## **Antecedentes**

En el contexto de Ecuador, un país con una matriz exportadora caracterizada por su limitada diversificación, surge la necesidad de explorar nuevas oportunidades en mercados internacionales. Este interés se traduce en la búsqueda de expandir la oferta exportable mediante la introducción de productos autóctonos de alto valor, entre los cuales destaca la moringa oleífera. Esta planta, originaria de la India, ha captado la atención a nivel mundial gracias a sus propiedades nutricionales y su reconocimiento como un superalimento versátil que abarca distintas edades y perfiles nutricionales.

La moringa fue introducida en Ecuador a principios de la década de 1990 y, desde entonces, ha experimentado una adaptación exitosa al variado clima ecuatoriano. Su capacidad para prosperar, especialmente en las zonas costeras, se atribuye a sus requisitos específicos de temperatura, no inferiores a cinco grados centígrados y altitudes no superiores a los 1000 metros (Asensi, Durango, & Berruezo, 2017). La zona costera ecuatoriana, con condiciones climáticas ideales, se presenta como un enclave estratégico para la producción y aprovechamiento integral de los diversos derivados de la planta.

La moringa ha emergido como un componente altamente apreciado en el panorama de los productos de nutrición, siendo reconocida por la FAO como un alimento de primer orden. En Ecuador, este cultivo ha encontrado condiciones ideales en regiones como Santa Elena, Loja, Guayas, El Oro, Los Ríos y Pichincha, según señaló Fausto Mantilla, fundador de la pionera empresa Ecuamoringa con una trayectoria de 12 años en la producción del producto. Es así que se subraya la urgencia de incrementar los cultivos orgánicos de moringa, especialmente considerando que el mercado mundial ha experimentado un significativo aumento, pasando de 5.000 millones a 18.000 millones de dólares (Zambrano, 2022). Destacando la posición geográfica de Ecuador y su abundante exposición solar, Mantilla enfatiza la necesidad de que el país juegue un papel crucial en este sector en expansión. En la actualidad, la moringa ecuatoriana se exporta a destinos como España, Alemania, California y Estados Unidos, subrayando su presencia y aceptación en mercados internacionales clave.

Actualmente, en Ecuador, solo un reducido número de empresas se dedica a la producción y exportación de moringa y sus derivados. Sin embargo, se vislumbra un potencial significativo para ampliar esta actividad y convertirla en un sector económico relevante (Montecé, Peláez, Godoy, & Vásquez, 2021). Es en este contexto que surge la iniciativa de enfocar un estudio específico en la expansión de la oferta exportable hacia el mercado estadounidense, específicamente Los Ángeles.

El entorno globalizado, caracterizado por la interconexión de mercados y la accesibilidad a productos de todo el mundo, ofrece oportunidades estratégicas para países como Ecuador. En este sentido, la moringa se presenta como un activo prometedor debido a sus cualidades únicas y a la capacidad del país para cumplir con los estándares internacionales de calidad.

El estudio a llevar a cabo abordará distintos aspectos del ciclo productivo de la moringa, desde su cultivo hasta el consumo, con el objetivo de posicionar a Ecuador como un competidor fuerte en la industria alimentaria a nivel global. Se anticipa, sin embargo, que el Fenómeno del Niño pueda afectar directamente los cultivos este año, lo que introduce un componente adicional a considerar en la planificación estratégica.

La relación directa entre la agricultura y el papel de Ecuador como país exportador será un enfoque clave del estudio, que busca no solo comprender la dinámica de producción, sino también anticipar y mitigar posibles impactos climáticos en las exportaciones. La previsión del Fenómeno del Niño y su impacto en los cultivos establece un marco para desarrollar un plan de exportación robusto, que no solo responda a la demanda proyectada en el mercado estadounidense, sino que también sea resiliente frente a posibles adversidades climáticas.

En este contexto, se pretende no solo informar sobre las propiedades y beneficios de la moringa, sino también destacar la capacidad de Ecuador para anticiparse a desafíos climáticos y ofrecer productos de alta calidad de manera consistente. Este enfoque proactivo busca capitalizar la creciente demanda en el mercado estadounidense, especialmente considerando la presencia de un número significativo de migrantes sudamericanos que ya están familiarizados con las propiedades y beneficios de la moringa.

## **Descripción del problema**

El problema en el contexto del país reside en la marcada desigualdad entre la amplia gama de bienes producidos, en su mayoría provenientes de la explotación de la tierra, y la limitada exportación de productos terminados a mercados extranjeros. A pesar de la existencia de una materia prima de alta calidad en Ecuador, se evidencia una tendencia desfavorable, ya que los mercados internacionales tienden a aprovechar principalmente los recursos primarios en lugar de adquirir bienes con un valor agregado.

Esta situación conlleva a un estancamiento en la industrialización de los productos destinados a la exportación, generando un impacto negativo en el desarrollo industrial general y limitando las oportunidades de empleo en este ámbito. La falta de incentivos para la producción de bienes con valor añadido contribuye a la perpetuación de una estructura económica centrada en la exportación de materias primas, en detrimento del crecimiento industrial y la creación de empleo en el país.

## **Planteamiento de problema**

En el contexto actual, donde la demanda mundial se inclina hacia los superalimentos, se plantea la oportunidad de posicionar a Ecuador como un jugador relevante en la oferta exportable de productos no tradicionales. A pesar de la creciente preferencia del consumidor por alimentos procesados, se ha generado una preocupación por la calidad nutricional y los posibles riesgos para la salud asociados con estos productos industrializados. En este escenario, la moringa oleífera emerge como un superalimento prometedor, sin embargo, su limitado uso industrial en Ecuador presenta desafíos significativos.

La falta de capacitación en avance agrícola, obstáculos financieros para los productores, restricciones económicas en la adquisición de infraestructura y equipamiento técnico, y la necesidad de capacitación técnica específica para el cultivo de la moringa son obstáculos que impactan negativamente en la expansión de su producción y exportación. La investigación se centra en abordar estos desafíos, buscando no solo impulsar la industrialización de la moringa, sino también integrarla de manera destacada en la oferta exportable de Ecuador.

La iniciativa cobra relevancia en el contexto de la recesión económica actual, ya que se presenta como una oportunidad innovadora para diversificar la economía del país y fomentar investigaciones que respalden la incorporación exitosa de la moringa en el mercado internacional, con un enfoque específico en los Estados Unidos.

Dinamizar la economía a través del comercio exterior se convierte en un elemento crucial, no solo para fortalecer la posición de Ecuador en la escena internacional, sino también para evitar una disminución en la competitividad a nivel regional (Rosero, 2015). En el proceso de desarrollo, es imperativo avanzar hacia la industrialización y alejarse del modelo extractivo que limita la competitividad del país. Por lo tanto, la ejecución de proyectos que aporten valor al sector industrial se vuelve esencial para crear una oferta exportable diferenciada que pueda competir de manera equitativa en el mercado global. La investigación aborda la intersección de estos desafíos, planteando la necesidad de una estrategia integral que no solo impulse la producción y exportación de la moringa, sino también contribuya al desarrollo sostenible e industrial de Ecuador en consonancia con las tendencias internacionales y las demandas del consumidor.

Ecuador, mantiene una relación comercial en el mundo con productos relacionados con el petróleo, pescado, atún, frutas, flores, café, entre otros. En el contexto de comercio entre Estados Unidos y Ecuador, se evidencia una tendencia al alza con un promedio de exportaciones de USD \$ 131.301,33 (Trade Map, 2023). En el siguiente cuadro se evidencia la evaluación en los últimos tres años, respecto al comercio con el exterior:



**Tabla 1.**  
*Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos.*

Product label	Ecuador's exports to United States of America			United States of America's imports from world			Ecuador's exports to world		
	Value in 2020	Value in 2021	Value in 2022	Value in 2020	Value in 2021	Value in 2022	Value in 2020	Value in 2021	Value in 2022
<b>All products</b>	4786401	6402850	9803755	2406931650	2935314152	3375948186	20226568	26269228	35380362
<b>Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...</b>	1558787	2465894	5005507	130630108	225121448	322698860	5303969	8619982	125540
<b>Fish and crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates</b>	977310	1534039	1875639	17534600	23683668	25187793	4162792	5718337	8453897
<b>Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons</b>	700505	655890	746861	19473401	22227898	24120677	3891965	3742613	3807889
<b>Live trees and other plants; bulbs, roots and the like; cut flowers and ornamental foliage</b>	324922	417233	414351	2558231	3559434	3950209	845741	964599	1045417
<b>Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad ...</b>	249731	257927	365734	106986724	95969683	96960127	401959	597111	932778
<b>Preparations of meat, of fish, of crustaceans, molluscs or other aquatic invertebrates, or ...</b>	143244	165170	259550	6079000	7350962	8130906	1196114	1319761	1583687
<b>Cocoa and cocoa preparations</b>	241738	216850	219308	5188544	5809447	6313982	935024	940044	1062877
<b>Preparations of vegetables, fruit, nuts or other parts of plants</b>	111858	127784	154262	9155121	10976028	13668877	237462	266487	323412
<b>Edible vegetables and certain roots and tubers</b>	111323	107941	126593	12781380	13483057	14744347	225030	226553	282873

*Nota.* Esta tabla presenta datos sobre las exportaciones de Ecuador a los Estados Unidos y al mundo en general para los años 2020, 2021 y 2022. Los valores se expresan en miles de dólares estadounidenses. En la categoría "All products" (Todos los productos), se observa un crecimiento significativo en las exportaciones de Ecuador a los Estados Unidos. A nivel mundial, las exportaciones ecuatorianas también experimentan un aumento en 2022. Entre las categorías específicas, se destacan las exportaciones de "Mineral fuels, mineral oils, and products of their distillation" (Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación), "Fish and crustaceans, mollusks and other aquatic invertebrates" (Peces y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos), y "Edible fruit and nuts; peel of citrus fruit or melons" (Frutas y frutos secos comestibles; cáscaras de cítricos o melones) como las principales

contribuyentes a estas exportaciones. Estos datos son relevantes para comprender la dinámica comercial de Ecuador y su relación con los Estados Unidos y el mercado global.

Este cuadro presenta información sobre las exportaciones de Ecuador a los Estados Unidos y al mundo en diversas categorías de productos para los años 2020, 2021 y 2022, así como las importaciones de los Estados Unidos desde el resto del mundo en esos mismos años. Se observa un aumento constante en las exportaciones totales de Ecuador a los Estados Unidos durante el período mencionado, así como un crecimiento en el valor total de las exportaciones ecuatorianas a nivel mundial. Entre las categorías destacadas, se evidencia un significativo crecimiento en las exportaciones de combustibles minerales, aceites y productos relacionados a los Estados Unidos, al igual que un aumento considerable en las importaciones estadounidenses de estos productos a nivel mundial. Asimismo, se observa un crecimiento constante en las exportaciones de productos pesqueros y crustáceos a los Estados Unidos, reflejando un aumento correspondiente en las importaciones estadounidenses de este tipo de productos a nivel global. Estos patrones también se repiten en otras categorías como frutas comestibles, plantas vivas, piedras preciosas y metales preciosos, entre otros. En general, el análisis sugiere una dinámica comercial positiva entre Ecuador y los Estados Unidos, aunque para una comprensión más detallada se recomienda considerar factores económicos y geopolíticos adicionales.

El análisis de las exportaciones de Ecuador a los Estados Unidos, especialmente en categorías relacionadas con productos agrícolas y alimenticios, se presenta como un elemento clave en el estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa al mercado estadounidense. La observación de un crecimiento constante en las exportaciones ecuatorianas de productos alimenticios y agrícolas sugiere un mercado en expansión y una demanda sostenida por este tipo de productos en los Estados Unidos (Rowlands, 2016).

Este contexto favorable puede ser beneficioso para la introducción de la hoja seca de moringa en el mercado estadounidense. La tendencia positiva en categorías similares indica una receptividad potencial por parte de los consumidores estadounidenses hacia productos alimenticios y naturales. Además, la hoja seca de moringa, reconocida por sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud, podría capitalizar la creciente demanda global por alimentos saludables y sostenibles.

La diversificación de la oferta exportable es otro aspecto a destacar, considerando el éxito en las exportaciones de productos similares. La hoja seca de moringa podría ser estratégica en este contexto, ampliando la gama de productos exportados por Ecuador al mercado estadounidense. Sin embargo, para una evaluación más precisa de la factibilidad, será crucial llevar a cabo una investigación de mercado específica. Esto incluirá el análisis de preferencias del consumidor, la competencia en el segmento de productos de moringa, y la consideración de regulaciones y requisitos logísticos.

### **Sistematización del problema**

Pregunta general:

¿Cómo gestionar el proceso de exportación de la hoja seca de moringa hacia el mercado de Estados Unidos?

### **Preguntas de investigación**

1. ¿Cómo reducir los costos de la cadena logística para exportar hojas de moringa hacia el mercado de Estados Unidos?
2. ¿Cómo mejorar la eficiencia de la cadena logística para las exportaciones de hojas de moringa hacia Estados Unidos mediante la búsqueda de nuevos proveedores?
3. ¿Cómo han evolucionado las exportaciones de moringa hacia el mercado de Estados Unidos?
4. ¿Qué aspectos logísticos, comerciales y financieros deberían considerarse para su exportación hacia Estados Unidos?

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Determinar el proceso de exportación de la hoja seca de moringa hacia el mercado de Estados Unidos.

### **Objetivos específicos**

- Estudiar teorías, conceptos y referencias en las cuales soportan el plan de exportación de hojas de moringa hacia el mercado de Estados Unidos.
- Determinar las técnicas de investigación que permitirán conocer las herramientas, obstáculos, evolución de las exportaciones por partida y estrategias a implementarse en el plan de exportación de hojas de moringa hacia el mercado de Estados Unidos.
- Establecer el plan de exportación de hojas de moringa hacia el mercado de Estados Unidos.
- Determinar la viabilidad financiera de exportación de hojas de moringa hacia el mercado de Estados Unidos.

### **Justificación**

La justificación del presente estudio estuvo direccionada en los siguientes ámbitos. En primer lugar, a nivel económico, la exportación de hoja seca de moringa hacia el mercado de Estados Unidos representa una oportunidad económica significativa para Ecuador. Este producto, reconocido por sus propiedades nutricionales, tiene el potencial de aprovechar la creciente demanda de alimentos saludables y naturales en el mercado estadounidense. El éxito en este proyecto no solo generaría divisas y fortalecería la balanza comercial, sino que también contribuiría al desarrollo económico sostenible, diversificando las fuentes de ingresos y creando empleo en la cadena de producción y exportación.

Desde una perspectiva profesional, la gestión exitosa de la exportación de hoja seca de moringa implica la aplicación de habilidades en comercio internacional, regulaciones aduaneras, logística, marketing y relaciones comerciales. Este proyecto proporcionaría una valiosa experiencia en la administración de procesos de exportación, fortaleciendo las capacidades profesionales de los involucrados y contribuyendo al crecimiento de experticia en el ámbito del comercio internacional y la agroindustria.

La exportación de hoja seca de moringa puede tener impactos sociales positivos al fomentar el desarrollo de comunidades agrícolas locales involucradas en la producción de

moringa. El aumento de la actividad económica en estas comunidades puede mejorar las condiciones de vida, ofrecer oportunidades de empleo y estimular el desarrollo social. Además, al introducir un producto con beneficios para la salud en el mercado estadounidense, se contribuye a promover hábitos alimenticios más saludables y sostenibles.

Desde una perspectiva académica, este proyecto brinda la oportunidad de aplicar y poner a prueba los conocimientos teóricos adquiridos en áreas como comercio internacional, agronegocios, logística y marketing. La gestión de la exportación de hoja seca de moringa proporcionará un caso de estudio en tiempo real, permitiendo la aplicación de metodologías de investigación, análisis de mercado y estrategias comerciales, enriqueciendo así la formación académica de quienes participen en el proyecto.

En conjunto, esta iniciativa no solo se alinea con objetivos económicos, profesionales y académicos, sino que también busca impactar positivamente en el tejido social al promover prácticas sostenibles y saludables en el mercado internacional.

#### **Delimitación de la investigación**

**Mercado:** El mercado que ha sido seleccionado para este proyecto es el estadounidense en la ciudad de Los Ángeles.

**Tiempo:** El periodo tomado en consideración de este proyecto es entre el año 2020 y 2028. Este periodo se considera toda vez que en el periodo de 2020 al 2023 se presentarán las evoluciones de las exportaciones de moringa hacia el mercado estadounidense. Por otro lado, en el periodo 2024 al 2028 se presentarán las proyecciones financieras para evaluar la factibilidad del proyecto.

**Producción:** El proceso de producción del producto tendrá lugar en la Provincia del Guayas en las afueras de la ciudad de Guayaquil.

**Población:** Las edades a las que va dirigido este proyecto es un rango de edades que va desde los 1-3 años hasta los 65 años en adelante.

## **Limitaciones**

El presente estudio enfrenta diversas limitaciones que impactan su desarrollo y alcance. Una de las preocupaciones principales es la inminente llegada del fenómeno del Niño, que amenaza con afectar las condiciones climáticas y, por ende, la producción de cultivos. Además, la expansión de la cochinilla como plaga representa un desafío adicional dentro de los cultivos en Ecuador, generando preocupaciones sobre la salud de las plantaciones.

En la región occidental de Sudamérica, se evidencia la presencia de diversas plagas que afectan indiscriminadamente a diferentes tipos de cultivos, complicando aún más el escenario para el estudio en cuestión. La investigación también se puede ver obstaculizada por fallos en la tecnología, los cuales impidieron un avance adecuado y la obtención de resultados concluyentes.

La recopilación de datos se vio limitada por el acceso restringido a información, ya que no se logró obtener datos relevantes de diversos medios. Además, la obtención de información por parte de entidades gubernamentales sobre la producción y exportación del producto puede ser limitada, lo que afectaría la completitud de los datos.

Finalmente, se considera la falta de conocimiento por parte de los profesionales consultados sobre el tema y la escasa cantidad de productores en el sector también emergen como limitaciones significativas. La investigación se ve afectada por la falta de participación y perspectivas de aquellos que podrían ofrecer *insights* valiosos. Por último, la cantidad requerida por las empresas para poder producir y exportar se presenta como una restricción adicional que impacta directamente en la viabilidad y escalabilidad del proyecto. Estas limitaciones subrayan la complejidad y los desafíos que rodean al estudio, resaltando la necesidad de abordar estos obstáculos para obtener resultados más robustos y completos.

## **Capítulo II: Marco teórico y conceptual**

En el desarrollo de este capítulo, se detallan minuciosamente los métodos y teorías fundamentales que sirvieron como pilares fundamentales para el diseño y análisis de la exportación de hoja seca de moringa hacia el mercado de Estados Unidos, evaluando su viabilidad y potencial impacto económico. La selección de los enfoques metodológicos y teóricos fue guiada por la necesidad de establecer un marco sólido que respalde cada fase del proyecto, desde la identificación de oportunidades hasta la implementación estratégica. La meticulosa revisión y aplicación de teorías relevantes en comercio internacional, agroindustria y gestión de proyectos se han incorporado con el propósito de fundamentar de manera rigurosa la planificación y ejecución de la exportación de este producto particular. A través de esta sección, se busca proporcionar una base conceptual robusta y clara que respalde cada decisión estratégica y operativa, garantizando así la efectividad y sostenibilidad del proyecto en el contexto del mercado estadounidense.

### **Marco teórico**

#### **Teoría de ventaja competitiva**

Porter (1980), dijo en su teoría de la ventaja competitiva que consiste en agrupar actividades que den como consecuencia una diferencia única de valor. Una de las características que tiene el producto de hoja seca de moringa es que es un producto único por los nutrientes que tiene y su sostenibilidad ya que debido al tiempo que tiene de producción es más corto que el resto de sus variaciones de productos que tiene el árbol de moringa.

La teoría de la ventaja competitiva, formulada por Michael Porter, constituye un pilar esencial en la estrategia empresarial al explorar cómo las empresas pueden no solo sobrevivir, sino destacarse y mantener su posición en mercados altamente competitivos. La esencia de esta teoría se centra en la capacidad de una empresa para generar un valor superior, lo que se traduce en una rentabilidad sostenible y una posición destacada frente a sus competidores. En primer lugar, la ventaja competitiva puede derivarse de la eficiencia en costos, un aspecto crítico en la teoría de Porter. Aquí, las empresas buscan producir bienes o servicios a un costo inferior al de sus competidores, aprovechando economías de escala, tecnología avanzada u otras eficiencias en la cadena de suministro. Por otro lado, la diferenciación se enfoca en ofrecer productos o

servicios únicos que son percibidos como valiosos por los clientes. Esta estrategia puede manifestarse a través de la calidad superior, diseño innovador, una marca fuerte o un servicio al cliente excepcional.

Además, Porter introduce el concepto de enfoque, donde las empresas buscan una ventaja competitiva al concentrarse en un segmento específico del mercado. Esta estrategia permite satisfacer de manera excepcional las necesidades de un nicho particular y competir de manera más efectiva en ese espacio específico. La cadena de valor, también propuesta por Porter, descompone las actividades empresariales en una serie de procesos, desde el diseño hasta la entrega y el soporte de productos o servicios. La optimización de estas actividades puede generar una ventaja competitiva al mejorar la eficiencia y la calidad en todas las etapas. Es esencial destacar la importancia de una ventaja competitiva sostenible, que implica la capacidad de mantener esta posición ventajosa en el tiempo. Elementos como patentes, tecnologías propietarias, relaciones a largo plazo con proveedores o clientes pueden contribuir a la sostenibilidad de la ventaja.

La teoría de la ventaja competitiva también considera factores externos e internos que influyen en la posición competitiva de una empresa. Acuña (2019) menciona que los factores externos como la industria y el entorno económico, junto con factores internos como recursos, capacidades y habilidades, son críticos para comprender la dinámica competitiva y diseñar estrategias efectivas. En última instancia, la teoría de la ventaja competitiva proporciona un marco integral para que las empresas analicen, identifiquen y desarrollen factores que las diferencien y les otorguen una posición sólida en el mercado. La comprensión de estos elementos permite a las empresas diseñar estrategias efectivas para competir y prosperar en entornos empresariales dinámicos y altamente competitivos (Galdeano & Godoy 2018).

Esto se relaciona de manera crucial con el estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa al mercado de Estados Unidos. Al considerar esta teoría, se pueden identificar varios elementos que son esenciales para el éxito de la exportación y la penetración exitosa en el mercado internacional. En primer lugar, la diferenciación de productos es un aspecto clave de la ventaja competitiva. En el caso de la hoja seca de moringa, es crucial destacar las características únicas y los beneficios nutricionales excepcionales que ofrece en comparación con otros productos a (Raez, Jomenez, & Buitrago, 2022). La diferenciación puede incluir



aspectos como la calidad de la moringa cultivada en Ecuador, métodos de producción sostenibles y prácticas agrícolas avanzadas que contribuyan a la calidad superior del producto.

La cadena de valor también se vincula directamente con el estudio de factibilidad. Desde la producción hasta la exportación, cada etapa en la cadena de valor debe ser eficiente y agregar valor al producto (Iglesias 2016). Optimizar estas actividades asegurará no solo la calidad del producto, sino también la eficiencia en los costos, lo que es esencial para competir en el mercado internacional. Además, la sostenibilidad de la ventaja competitiva se relaciona con la capacidad de mantener un suministro constante y confiable de hoja seca de moringa. La consistencia en la calidad y la oferta es crucial para establecer y mantener relaciones a largo plazo con los compradores en el mercado estadounidense. La estrategia de enfoque también puede ser relevante, especialmente si se identifican segmentos específicos del mercado de Estados Unidos que tienen una mayor demanda o aprecio por la hoja seca de moringa. Adaptar la estrategia para satisfacer las necesidades específicas de ciertos segmentos puede generar una ventaja competitiva significativa.

Por otro lado, la Teoría de la Ventaja Comparativa, propuesta por el economista británico David Ricardo a principios del siglo XIX, es un concepto fundamental en la teoría económica internacional (Ramírez, 2017). La idea central de esta teoría es que, aunque un país puede no ser eficiente en la producción de todos los bienes, aún puede beneficiarse del comercio internacional especializándose en la producción de aquellos bienes en los que tiene una ventaja comparativa, es decir, aquellos bienes que puede producir con un costo de oportunidad más bajo en comparación con otros países.

La ventaja comparativa se basa en la idea de que los recursos y las habilidades de los países difieren entre sí. Ricardo ilustra su teoría con el ejemplo clásico de Portugal y Gran Bretaña, donde Portugal tenía una ventaja comparativa en la producción de vino y Gran Bretaña en la producción de tela. Aunque Gran Bretaña podría haber producido tanto vino como tela de manera más eficiente que Portugal en términos absolutos, la especialización según la ventaja comparativa permitiría a ambos países beneficiarse del intercambio (Ramírez, 2017).

Esta teoría desafía la noción de que el comercio internacional solo es beneficioso cuando un país es más eficiente en la producción de todos los bienes. La Ventaja Comparativa sugiere

que, incluso si un país es menos eficiente en la producción de todos los bienes en comparación con otro, aún puede beneficiarse del comercio al enfocarse en lo que puede hacer relativamente mejor. Esto fomenta la especialización y la interdependencia económica entre las naciones, promoviendo así un sistema de comercio más eficiente y beneficioso para todas las partes involucradas.

El Ecuador como país exportador no llega a explotar todas sus ventajas que tiene en el sector agricultor dejando a un lado muchos productos que tiene en su cartera que son codiciados en mercados extranjeros y que muchas veces pierde ya que el consumo local no es el mismo que en el mercado internacional. Este proyecto busca explotar un producto que tiene un auge a nivel mundial y que está ganando mucho terreno en el nivel de la salud por los beneficios que tiene y por los diferentes usos que también tiene.

### **Teoría de la oferta y la demanda**

La teoría de la oferta y la demanda es un principio fundamental en economía que describe la interacción entre los productores (oferta) y los consumidores (demanda) en un mercado. Este modelo es esencial para entender cómo se determinan los precios y las cantidades de bienes y servicios en una economía de mercado.

Desde el punto de vista de la demanda, los consumidores expresan su deseo de adquirir un bien o servicio a través de la cantidad que están dispuestos a comprar a diferentes niveles de precios. La ley de la demanda establece que, manteniendo todo lo demás constante, a medida que el precio de un bien disminuye, la cantidad demandada tiende a aumentar, y viceversa (Castellano, 2015).

Por otro lado, la oferta representa la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado a diferentes niveles de precios. La ley de la oferta indica que, manteniendo todo lo demás constante, a medida que el precio de un bien aumenta, la cantidad ofrecida también tiende a aumentar. Este fenómeno se relaciona con la ley de los rendimientos decrecientes, que sugiere que a medida que se incrementa la producción de un bien, el costo adicional por unidad tiende a aumentar.

El equilibrio en el mercado se alcanza cuando la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida. Este punto de equilibrio determina tanto el precio de mercado como la cantidad intercambiada. Cambios en los factores que afectan la oferta o la demanda, como cambios en los costos de producción o en las preferencias del consumidor, pueden desplazar la curva de oferta o demanda, alterando así el equilibrio del mercado y afectando los precios y las cantidades.

La teoría de la oferta y la demanda es esencial para analizar y predecir comportamientos en el mercado, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones económicas y la comprensión de los mecanismos subyacentes en la asignación de recursos en una economía de mercado.

### **Modelo de Heckscher-Ohlin**

El Modelo de Heckscher-Ohlin, desarrollado por los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin en la década de 1920, es un enfoque teórico fundamental en la economía internacional que busca explicar las causas y los beneficios del comercio entre países. Este modelo se basa en la idea central de que las diferencias en las dotaciones de factores de producción, específicamente el capital y el trabajo, son determinantes clave de las ventajas comparativas y, por ende, de los patrones comerciales (Solórzano, 2018).

En el modelo, se parte de la premisa de que los países difieren en términos de abundancia relativa de factores de producción, ya sea que tengan una mayor proporción de capital en comparación con el trabajo o viceversa. La teoría postula que los países tenderán a exportar los bienes que intensivamente utilizan los factores de producción en los que son relativamente abundantes y, por el contrario, importarán los bienes que requieren factores de producción en los que son relativamente escasos (Bidima, 2018).

El Modelo de Heckscher-Ohlin proporciona una explicación lógica y estructurada para entender los patrones comerciales basados en las dotaciones de factores. Según esta teoría, si un país es abundante en capital en comparación con otro, tenderá a especializarse en la producción y exportación de bienes intensivos en capital. Del mismo modo, un país abundante en trabajo se especializará en la producción y exportación de bienes intensivos en trabajo.

Este modelo ha sido ampliamente utilizado para analizar el comercio internacional y ha contribuido a la comprensión de fenómenos económicos, como los flujos comerciales, la distribución de ingresos y la especialización productiva entre naciones. Sin embargo, también ha sido objeto de críticas y extensiones, ya que no siempre explica completamente la realidad del comercio internacional, especialmente cuando se incorporan factores como la tecnología, las barreras comerciales y las preferencias de los consumidores.

### **Teoría del consumidor**

La Teoría del Consumidor es un pilar fundamental en la economía, dedicada a comprender y explicar cómo los individuos toman decisiones de consumo para maximizar su satisfacción, dadas las restricciones de su presupuesto. Esta teoría se basa en la noción central de que los consumidores actúan racionalmente y buscan la utilidad máxima al asignar sus recursos limitados entre diferentes bienes y servicios disponibles en el mercado (Carbaugh, 2015).

En el núcleo de la Teoría del Consumidor se encuentra el concepto de utilidad, que representa la satisfacción o bienestar que los consumidores obtienen de consumir un bien o servicio. Los economistas modelan estas decisiones a través de la curva de indiferencia, que representa las combinaciones de bienes que proporcionan el mismo nivel de satisfacción para el consumidor. Además, la restricción presupuestaria, que establece las limitaciones financieras del individuo, se utiliza para determinar las combinaciones factibles de bienes y servicios.

Un elemento clave de la teoría es la utilidad marginal, que representa el cambio en la satisfacción al consumir una unidad adicional de un bien o servicio. La ley de la utilidad marginal decreciente postula que, en general, a medida que el consumo de un bien aumenta, la utilidad adicional disminuye. Esto influye en las decisiones de los consumidores al guiarlos hacia la asignación óptima de recursos para maximizar su bienestar (Gómez y Mejía, 2017).

La Teoría del Consumidor también aborda la elasticidad de la demanda, que mide cómo la cantidad demandada de un bien responde a cambios en su precio. La comprensión de la elasticidad es esencial para prever las respuestas del consumidor a cambios en las condiciones del mercado y para formular políticas económicas eficaces. Además, la teoría ha evolucionado para incorporar conceptos más complejos, como las preferencias intertemporales, que analizan

cómo los consumidores toman decisiones considerando el tiempo y las expectativas sobre los precios futuros.

### **Modelo de crecimiento de Domar**

El Modelo de Crecimiento de Harrod-Domar, propuesto por los economistas Sir Roy Harrod y Evsey Domar, se centra en la relación entre la inversión y el crecimiento económico. Esta teoría, desarrollada en la década de 1930, sugiere que el nivel de inversión en una economía es un factor determinante del crecimiento a largo plazo (Mateo, 2017). El modelo postula que un aumento en la inversión genera un aumento en la producción y, por ende, en el empleo y el ingreso nacional.

Al aplicar el Modelo de Crecimiento de Harrod-Domar al contexto de la exportación de moringa al mercado de Estados Unidos, es crucial considerar el papel de la inversión en la cadena de producción y distribución de este producto. La exportación exitosa de moringa no solo depende de la demanda en el mercado de destino, sino también de la capacidad de aumentar la producción y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro.

En este contexto, la inversión podría estar dirigida a diversos aspectos, como la modernización de las instalaciones de cultivo, la adopción de tecnologías agrícolas avanzadas, el mejoramiento de las prácticas de procesamiento y empaque, y el fortalecimiento de la infraestructura logística para facilitar la exportación (Sosa, 2018). La inversión adecuada en estos aspectos contribuiría a aumentar la capacidad productiva y mejorar la competitividad de la moringa ecuatoriana en el mercado estadounidense.

Además, el Modelo de Harrod-Domar destaca la importancia de la relación entre la inversión y la creación de empleo. A medida que la inversión en la producción y exportación de moringa se incrementa, se espera que la generación de empleo también aumente. Este aspecto no solo contribuiría al crecimiento económico a nivel nacional, sino que también podría tener efectos positivos en las comunidades locales involucradas en la producción de moringa.

Sin embargo, es fundamental abordar la eficiencia y la sostenibilidad en la cadena de suministro de moringa para garantizar que el crecimiento generado por la inversión sea sostenible a largo plazo. Además, la inversión debe estar respaldada por una planificación

estratégica que considere las condiciones específicas del mercado estadounidense, la demanda de los consumidores y las regulaciones de importación.

En el trabajo de Arias, Alarcón & Feria (2020) detalla un análisis de la rentabilidad de las empresas agrarias en Colombia revelando disparidades significativas entre municipios, actividades productivas y la interacción actividad-departamento. Ante esta situación, se sugiere implementar medidas estratégicas para abordar las brechas tecnológicas y socioeconómicas en el sector. Estas incluyen el aumento de la formación de capital humano, mejoras en la infraestructura tecnológica local, una mayor articulación público-privada, y la equiparación de políticas comerciales sectoriales y de localización. Estas propuestas buscan no solo acotar las brechas en la rentabilidad de las empresas agrarias, sino también incentivar la inversión extranjera y promover un desarrollo más equitativo y sostenible en el sector agrario colombiano.

### **Teoría pura y monetaria del comercio internacional**

La Teoría Pura y Monetaria del Comercio Internacional, también conocida como la Teoría de la Balanza de Pagos, es un marco teórico que explora las causas y los efectos de los flujos de comercio internacional y los desequilibrios en la balanza de pagos de un país. Desarrollada principalmente por economistas de la Escuela Monetaria, como Jacob Viner y Gustav Cassel, esta teoría se centra en las fluctuaciones en las tasas de cambio y su relación con los patrones de comercio entre naciones.

Cuando se aplica esta teoría al contexto de la exportación de moringa al mercado de Estados Unidos, es esencial considerar cómo las variables monetarias y las políticas cambiarias pueden influir en la competitividad y las transacciones comerciales. La fluctuación de las tasas de cambio entre las monedas de los países involucrados puede tener un impacto directo en los precios de exportación e importación (Segovia, Machado, & Flores, 2019).

En el caso específico de la exportación de moringa, la Teoría Monetaria destaca la importancia de comprender cómo las políticas cambiarias, como la intervención gubernamental o las fluctuaciones del mercado, pueden afectar la capacidad de los exportadores ecuatorianos para ofrecer productos competitivos en el mercado estadounidense. Una moneda nacional más fuerte o más débil puede influir en los precios relativos de los productos, afectando la demanda y la competitividad en el mercado internacional (López & Hernández, 2021).

Además, la teoría aborda la relación entre los saldos de la balanza de pagos y los flujos de comercio. Un país que exporta productos como la moringa debe considerar no solo la dinámica de la oferta y la demanda, sino también cómo sus transacciones comerciales impactan sus reservas de divisas y la estabilidad de su balanza de pagos. Los superávits o déficits en la balanza de pagos pueden influir en la estabilidad macroeconómica y en las políticas monetarias adoptadas por el país exportador.

### **Teoría de la localización**

La Teoría de la Localización, también conocida como Teoría de la Ubicación, se centra en los factores que influyen en la elección de la ubicación de las actividades económicas, como la producción y la exportación de bienes. Al aplicar esta teoría al contexto de la exportación de moringa al mercado de Estados Unidos, es esencial considerar cómo diversos factores de localización pueden afectar el éxito y la eficiencia de la cadena de suministro de este producto.

Uno de los factores clave en la Teoría de la Localización es el costo de transporte. La distancia entre el lugar de producción de la moringa en Ecuador y el mercado objetivo en Estados Unidos puede influir significativamente en los costos de envío y, por ende, en la competitividad del producto. Estratégicamente ubicar la producción de moringa en áreas cercanas a puertos o infraestructuras de transporte eficientes puede reducir costos logísticos y mejorar la eficiencia en la cadena de suministro (Cue, 2015).

Otro elemento relevante es la disponibilidad de recursos naturales y climáticas adecuadas para el cultivo de moringa. Ecuador, con su clima favorable y condiciones geográficas, puede ofrecer una ubicación propicia para la producción de moringa de alta calidad. Esta ventaja natural puede contribuir a la competitividad del producto en el mercado estadounidense al garantizar un suministro constante y de calidad.

La Teoría de la Localización también destaca la importancia de la proximidad a los mercados de consumo. Al ubicar la producción de moringa en áreas cercanas a centros de consumo importantes en Estados Unidos, se puede reducir el tiempo de entrega y los costos asociados al transporte interno, lo que puede influir en la competitividad de la moringa en comparación con productos similares de otras ubicaciones geográficas.

Además, la infraestructura local, incluidas las instalaciones de procesamiento y empaque, también desempeña un papel fundamental en la Teoría de la Localización (Cue, 2015). Contar con instalaciones eficientes y modernas puede mejorar la capacidad de procesamiento y asegurar la calidad del producto final, aspectos cruciales para el éxito en el mercado de exportación.

### **La Inclusión de Exportaciones en el Proceso de Internacionalización Empresarial**

La integración de exportaciones en el proceso de internacionalización empresarial representa una estrategia esencial para la expansión de operaciones más allá de las fronteras nacionales. Esta iniciativa permite a las empresas diversificar sus mercados objetivo, reduciendo su dependencia de una única región o país. Al abrirse a nuevos mercados, las organizaciones tienen la oportunidad de ampliar su base de clientes potenciales, lo que desempeña un papel fundamental en el crecimiento sostenible y la estabilidad financiera (Garayzar, 2016).

A través de la inclusión de exportaciones, las empresas pueden aprovechar sus ventajas competitivas en mercados extranjeros, ya sea a través de la diferenciación de productos, eficiencias en costos o innovación. Este enfoque estratégico no solo contribuye a la mejora de la rentabilidad, sino que también posiciona a la empresa de manera sólida frente a la competencia internacional (Castro, 2012). Además, el proceso de internacionalización proporciona a las empresas la capacidad de adaptarse a las tendencias globales y capitalizar oportunidades emergentes en diversas partes del mundo, especialmente en industrias impulsadas por factores globales como la tecnología, la sostenibilidad y la salud.

La internacionalización a través de exportaciones no solo beneficia a la empresa en términos de ingresos y rentabilidad, sino que también impulsa el aprendizaje y el desarrollo organizacional. La adaptación a diversas regulaciones, culturas empresariales y prácticas comerciales contribuye a la mejora continua y al enriquecimiento del conocimiento organizacional. Además, esta presencia en mercados internacionales puede tener efectos positivos en la imagen de la marca, ya que la capacidad de operar con éxito en diferentes países puede elevar la percepción de confianza y calidad asociada a la marca.

Por último, la inclusión de exportaciones no solo tiene beneficios empresariales directos, sino que también puede contribuir al desarrollo económico nacional al generar ingresos en el extranjero y convertirse en un representante de la calidad y la innovación del país de origen. En



resumen, la integración estratégica de exportaciones en el proceso de internacionalización empresarial se presenta como una decisión que va más allá de la mera expansión de ventas, impactando positivamente en la competitividad, resiliencia y alcance global de la empresa.

### **Gestión de la cadena de suministro de alimentos procesados**

La gestión de la cadena de suministro de alimentos procesados es una función crítica para asegurar la eficiencia y calidad en la producción y distribución de estos productos. En este contexto, se inicia con la selección meticulosa de proveedores de materias primas, estableciendo relaciones sólidas y evaluando de manera regular la calidad de los insumos (Ramírez, 2017). La optimización de las operaciones de producción y procesamiento es esencial para garantizar la consistencia en la calidad y la seguridad de los alimentos, incorporando prácticas de manufactura segura y eficiente.

La cadena de suministro de alimentos procesados abarca también la gestión eficiente del almacenamiento y la distribución, donde mantener condiciones adecuadas de temperatura y humedad es esencial para preservar la frescura y la seguridad durante el transporte (Iglesias, 2016). La gestión de inventarios desempeña un papel crucial en la minimización de desperdicios y en la prevención de la obsolescencia, requiriendo la implementación de sistemas que anticipen la demanda y mantengan niveles óptimos de stock.

El cumplimiento de normativas y estándares de seguridad alimentaria es un pilar fundamental, involucrando la trazabilidad de productos, la identificación y gestión de riesgos, y la adhesión a regulaciones tanto locales como internacionales. La colaboración efectiva con proveedores y socios logísticos se vuelve imperativa para resolver rápidamente problemas y mantener una cadena de suministro ágil y flexible.

La introducción de tecnologías como sistemas de información de la cadena de suministro, sensores de seguimiento y automatización de procesos mejora la visibilidad y eficiencia en toda la cadena (Castro A. , 2012). Asimismo, la gestión de la cadena de suministro de alimentos procesados se ve influenciada por la creciente demanda de prácticas sostenibles, donde la responsabilidad en el manejo de recursos, la reducción de desperdicios y la evaluación del impacto ambiental son cada vez más prioritarias en la toma de decisiones estratégicas. En

resumen, la complejidad de esta gestión es crucial para asegurar la calidad, seguridad y eficiencia en la producción y distribución de alimentos procesados a nivel global.

### **El comercio internacional y los Incoterms**

Para exportar hojas de moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos, se debe seguir un proceso cuidadoso y cumplir con las regulaciones y requisitos establecidos por ambas naciones. En primer lugar, la empresa exportadora ecuatoriana deberá obtener la documentación adecuada, incluyendo un certificado fitosanitario emitido por las autoridades competentes en Ecuador. Este certificado asegura que las hojas de moringa cumplen con los estándares de salud y están libres de plagas (Rowlands, 2016). Además, se deberá gestionar la certificación orgánica si las hojas son cultivadas de manera orgánica.

En cuanto a los Incoterms, se recomienda establecer términos claros en el contrato de venta, indicando quién asumirá la responsabilidad de los costos de transporte, seguro y trámites aduaneros. Los Incoterms, como FOB (Free On Board) o CIF (Cost, Insurance and Freight), ayudarán a definir estas responsabilidades.

La empresa exportadora también debe cumplir con las regulaciones aduaneras estadounidenses, presentando la información necesaria a través del Sistema Automatizado de Comercio Internacional (ACE, por sus siglas en inglés) de la Aduana de los Estados Unidos. Esto incluye la presentación de una declaración aduanera, factura comercial y otros documentos requeridos (PRO COLOMBIA, 2021).

Además, es crucial verificar y cumplir con los requisitos específicos de la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) para la importación de productos alimenticios. Esto puede incluir la inscripción de instalaciones, la etiquetación adecuada y el cumplimiento de normativas sanitarias.

### **La moringa y sus propiedades**

La moringa (*Moringa oleífera*) es un árbol originario de regiones subtropicales y tropicales que ha ganado reconocimiento global debido a sus notables propiedades nutricionales y medicinales. Sus hojas, flores, semillas y raíces son ricas en nutrientes esenciales, vitaminas y minerales, convirtiéndola en una valiosa fuente de alimentación (Juniro, 2017). Las hojas de

moringa son particularmente destacadas por su contenido excepcional de nutrientes, incluyendo proteínas, calcio, hierro, potasio y vitaminas A y C. Esta combinación única de elementos la convierte en una opción valiosa para complementar dietas deficientes en estos componentes esenciales, especialmente en regiones donde la desnutrición es un problema.

### **Figura 1.**

*Presentación de la moringa*



*Nota.* En la imagen, se observa claramente la estructura de la planta, con hojas, ramas y, posiblemente, vainas de semillas. La moringa es conocida por su valor nutricional, y la imagen resalta visualmente sus propiedades saludables.

Además de su perfil nutricional, la moringa ha sido tradicionalmente utilizada en la medicina popular debido a sus propiedades medicinales. Se le atribuyen propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y antimicrobianas, lo que la convierte en un recurso potencial para abordar diversas condiciones de salud. Se ha estudiado su posible papel en la gestión de enfermedades crónicas y la mejora de la salud cardiovascular, aunque se requiere más investigación para confirmar estos beneficios (Bidima, 2018).

Las semillas de moringa, por su parte, contienen aceite que es conocido por su estabilidad y resistencia a la oxidación. Este aceite, denominado aceite de ben, se utiliza en aplicaciones culinarias y también en la fabricación de productos cosméticos y medicinales. (Macher, 2017).

### **Marco conceptual**

El marco conceptual es donde se revisa y recopila la información dada en este proyecto para el desarrollo del mismo, donde se establece un consenso mínimo entre los investigadores y los lectores con respecto al lenguaje y conceptos manejados.

## **Estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad se puede describir como el examen de una empresa para evaluar si la propuesta de negocio será exitosa o no, y bajo qué condiciones debe llevarse a cabo para garantizar su éxito. Se utiliza para reunir información pertinente acerca del avance de un proyecto y, basándose en esos datos, tomar la decisión más adecuada sobre si es apropiado llevar a cabo su estudio, desarrollo o implementación (Gorretu, 2018).

## **Plan de exportación**

Un plan de exportación debe organizarse en fases distintivas que, siguiendo la secuencia de las operaciones de comercio internacional, examinen cada aspecto crucial de la estrategia empresarial en relación con los mercados globales (Gorretu, 2018).

## **Desbroce**

Eliminación de obstáculos o impedimentos que dificultan una acción, limpieza de terreno para la plantación de semillas de moringa (Tapia, 2014).

## **Superalimentos**

Los superalimentos son productos naturales como frutas, verduras, semillas o plantas que son fuente de vitaminas y minerales (Tapia, 2014). Este tipo de alimentos tienen propiedades antioxidantes y pueden aportarte un alto valor energético sin necesidad de cocinarlos ni procesarlos.

## **Oferta**

Es una fuerza que permite funciones, la oferta es todo bien que produce una empresa a la cual se piensa para dirigirse a un mercado (Viner, 2014).

## **Demanda**

La demanda es todo aquello que quiere un mercado, todo lo que tiene relacionado con la cantidad de bienes que necesita un mercado en específico para poder suplir sus necesidades (Viner, 2014).

## **Tonelaje**

El tonelaje es la cantidad de producto que se envíe por medio de contenedores en función a las necesidades del mercado de destino (Viner, 2014).

## **Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es aquel que permite conocer las necesidades, los bienes y servicios que requiere una sociedad como mercado (Viner, 2014).

## **Análisis de las teorías**

La teoría de la ventaja competitiva, desarrollada por Michael Porter, destaca la importancia de la diferenciación y el liderazgo en costos para lograr una posición fuerte en el mercado. Aplicando esta teoría al tema de tesis, se puede argumentar que la diferenciación se convierte en un factor clave. La moringa, con sus propiedades nutricionales y medicinales, puede ofrecer una ventaja competitiva única. En este contexto, la calidad de la hoja seca de moringa y sus beneficios para la salud pueden ser elementos diferenciadores que atraigan a los consumidores estadounidenses. La destacada calidad del producto, respaldada por evidencia científica, puede generar una preferencia del consumidor y establecer la marca en el mercado, contribuyendo así a una ventaja competitiva sostenible.

En cuanto a la exportación, el enfoque en la eficiencia logística y la optimización de costos puede ser esencial. Porter sostiene que el liderazgo en costos puede ser otra fuente de ventaja competitiva. En el contexto de la exportación de hoja seca de moringa, optimizar los procesos logísticos, la cadena de suministro y la eficiencia operativa puede ayudar a reducir los costos y mejorar la rentabilidad, contribuyendo así a la competitividad en el mercado estadounidense.

Por otro lado, la teoría de la oferta y la demanda es fundamental para entender el equilibrio en un mercado. En el caso del estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa al mercado de Estados Unidos, esta teoría proporciona una perspectiva valiosa sobre la interacción entre la oferta del producto y la demanda de los consumidores.

Desde el punto de vista de la oferta, la capacidad de producción de hoja seca de moringa y su disponibilidad para exportación son factores clave. La oferta adecuada asegura la

continuidad del suministro, contribuyendo a la estabilidad del mercado y evitando escaseces que podrían afectar los precios. Por otro lado, una oferta limitada puede generar escasez y aumentar la demanda, lo que podría traducirse en mayores precios y mayores márgenes de ganancia. En cuanto a la demanda, la teoría destaca que el precio y la cantidad demandada están inversamente relacionados. Si la hoja seca de moringa ofrece beneficios únicos y es promocionada eficazmente en el mercado estadounidense, es probable que experimente una demanda creciente. Es esencial comprender las preferencias de los consumidores, ajustar la estrategia de marketing y establecer un precio competitivo para maximizar la demanda.

Por su parte, el Modelo de Heckscher-Ohlin, sostiene que los países se especializan en la producción de bienes que utilizan intensivamente los factores de producción que poseen en abundancia. Aplicando este modelo, se podría considerar la abundancia de recursos agrícolas y la mano de obra en el país de origen de la moringa. Si este país cuenta con una abundancia relativa de tierras y mano de obra para la producción de hoja seca de moringa, el modelo de Heckscher-Ohlin sugiere que tendría una ventaja comparativa en la producción de este bien. En este sentido, el estudio de factibilidad debería evaluar la eficiencia en la utilización de estos recursos en la producción de hoja seca de moringa, teniendo en cuenta la competitividad en costos. Si la abundancia de recursos es aprovechada eficientemente, podría resultar en costos de producción más bajos, lo que mejoraría la competitividad en el mercado estadounidense.

La teoría del consumidor sugiere que el estudio de factibilidad debe estar orientado a comprender las preferencias y comportamientos de los consumidores estadounidenses en relación con la hoja seca de moringa. Esto incluye considerar la diferenciación, la calidad, el precio y la accesibilidad para asegurar una posición exitosa en el mercado internacional. Principio del formulario

Aplicando el Modelo de Crecimiento de Harrod-Domar al estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa al mercado de Estados Unidos, se podría considerar la importancia de la inversión en la cadena de producción y comercialización de este producto. Desde esta perspectiva, la inversión en infraestructuras, tecnologías, y la capacidad de producción de hoja seca de moringa puede tener un impacto directo en el crecimiento económico asociado con la exportación. El estudio de factibilidad debería evaluar cómo la inversión en estas

áreas puede generar un aumento en la producción y, por ende, en el empleo y la actividad económica.

Además, el modelo sugiere que existe una relación multiplicadora entre la inversión y el producto interno bruto (PIB). Un aumento en la inversión no solo genera un aumento proporcional en la producción, sino que también estimula la creación de empleo y el aumento del ingreso, lo que, a su vez, puede impulsar la demanda y el crecimiento económico.

Respecto a la Teoría Pura y Monetaria del Comercio Internacional sugiere que el estudio de factibilidad debe evaluar cómo los factores monetarios, en particular las tasas de cambio, pueden influir en la competitividad y estabilidad del comercio de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos. Por lo tanto, el estudio de factibilidad deberá considerar estrategias para gestionar los riesgos relacionados con las tasas de cambio.

Aplicando la Teoría de la Localización, el estudio de factibilidad deberá considerar la ubicación óptima para la producción de hoja seca de moringa en función de diversos factores. Entre estos factores se incluyen los costos de producción, la disponibilidad de recursos agrícolas, la infraestructura logística y las regulaciones locales.

Desde esta perspectiva, se evalúan los beneficios económicos y logísticos de diferentes ubicaciones para la producción de hoja seca de moringa destinada a la exportación a Estados Unidos. Además, se consideran aspectos como la proximidad a puertos, rutas de transporte eficientes y la facilidad de acceso a insumos clave.

En este proyecto de exportación de hoja seca de moringa al mercado estadounidense, se ha optado por enfocarse en la Teoría de la Ventaja Competitiva. Dada la singularidad de los beneficios nutricionales y medicinales de la moringa, la diferenciación y la calidad del producto se convierten en factores clave. La teoría sugiere que destacar estas cualidades únicas puede generar una ventaja competitiva sostenible en el mercado. Además, la eficiencia en la producción y la gestión de costos también se consideran dentro de este marco, asegurando no solo la calidad del producto, sino también su competitividad en términos de costos. La Teoría de la Ventaja Competitiva proporcionará una guía estratégica para posicionar eficazmente la hoja seca de moringa en el mercado estadounidense, maximizando su atractivo y asegurando un posicionamiento sólido en un entorno competitivo.

## **Capítulo III: Marco metodológico**

### **Marco metodológico**

En esta sección se establece una guía sobre el método de investigación, abordando tanto la recopilación de datos como su procesamiento y discusión. Por ende, se detalla el diseño de investigación, el tipo de estudio, el alcance, las técnicas e instrumentos para la recopilación de datos, así como la población y la muestra bajo estudio (Naghi, 2011). Es la descripción del plan o estrategia global diseñada para realizar la investigación. Se trata del enfoque de investigación considerando apropiado para las preguntas planteadas, los objetos perseguidos y el método que se pretende emplear.

Las técnicas de recopilación para la exportación de la hoja seca de moringa hacia los Estados Unidos proporcionan la estructura y métodos que se utilizó para llevar a cabo el estudio. Donde el mismo incluirá detalles sobre el diseño de la investigación, la población, las técnicas de recopilación y análisis de datos para garantizar la validez de los resultados obtenidos.

El método a seguir es deductivo ya que se buscó un resultado para la factibilidad de la exportación de la moringa para un sector en específico.

### **Postura epistemológica**

De acuerdo con Rodríguez (2012) la postura epistémica (PE) la define como la forma en que las personas observan el mundo y la realidad que está fuera de ellas, así como las ideas, todo con el propósito de obtener conocimiento. Esta perspectiva tiende a ser relativamente constante durante cierto periodo y circunstancia.

Para este trabajo se utiliza la investigación holística ya que aborda este concepto como un conjunto de diferentes modelos epistémicos. La concibe como un proceso integral, en constante evolución, que une aspectos secuenciales y simultáneos. Explora la invención, la generación de propuestas innovadoras, la descripción, la clasificación y la creación de teorías y modelos.



## **Enfoque**

El enfoque cualitativo de investigación destaca la exploración profunda y reflexiva de los significados subjetivos dentro de contextos interpersonales, los cuales son componentes integrales de las realidades bajo estudio. Se enfoca en caracterizar y narrar los problemas de investigación basados en características clave tal como son percibidas por los investigadores involucrados en la situación estudiada. Juez y Diez (2012) detallan que es importante destacar que la investigación exploratoria se utiliza para explorar un tema o fenómeno de manera más profunda cuando hay poca información disponible. Busca identificar patrones, tendencias o relaciones que podrían guiar investigaciones futuras.

Se usa el enfoque cualitativo puesto que el investigador no realizó manipulaciones durante la observación, debido a que su propósito fue realizar una observación simple y recopilar la mayor información posible del fenómeno.

## **Tipos de datos**

Las fuentes primarias representan la piedra angular de la información en cualquier campo de estudio. Estas son datos originales que se presentan por primera vez, sin haber sido sometidos a modificaciones, interpretaciones o revisiones por parte de otros investigadores. Estas fuentes emanan directamente de investigaciones originales, experimentos, observaciones, o cualquier proceso creativo que genere información de primera mano. La pureza y autenticidad de las fuentes primarias las convierten en pilares fundamentales para la construcción del conocimiento.

Las fuentes primarias no solo proporcionan datos crudos, sino que también ofrecen una visión directa de los eventos, condiciones o ideas en el momento en que ocurrieron. Esto permite a los investigadores y académicos analizar y contextualizar la información sin la influencia de interpretaciones secundarias. Al emplear fuentes primarias, se fomenta la investigación rigurosa y se establece una base sólida para la construcción de teorías, la validación de hipótesis y la creación de conocimiento nuevo. En última instancia, la autenticidad y originalidad de las fuentes primarias son esenciales para la integridad y la profundidad de la investigación en cualquier disciplina académica.

## **Fuente de herramientas**

En un estudio cualitativo, las fuentes de herramientas son esenciales para recopilar y analizar datos de manera efectiva. Estas herramientas, que incluyen técnicas y métodos específicos, se seleccionan con el objetivo de explorar, comprender y describir fenómenos sociales, culturales o psicológicos en profundidad. Aquí hay algunas fuentes de herramientas comunes en un estudio cualitativo:

- **Entrevistas en Profundidad:** Las entrevistas son una fuente fundamental en estudios cualitativos. Las entrevistas en profundidad permiten a los investigadores obtener información detallada y rica al interactuar directamente con los participantes. Para este caso, se considera la aplicación de una entrevista estructurada por medio de preguntas previamente establecidas, mismas que se aplican a un funcionario del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Por otro lado, se considera la aplicación de entrevistas a una empresa exportadora que comercialice y exporte moringa al mercado de Estados Unidos, en donde se conocerá las fases de control de calidad, la logística (forma de empaque, almacenamiento y transporte); interacción con socios comerciales; las normativas y requisitos aduaneros que las empresas emplean, la recepción de la mercadería en destino; y, finalmente, los canales de distribución utilizados para llegar al mercado estadounidense. Adicionalmente, se considera importante entrevistar a un productor de moringa para conocer el ciclo de cultivo, considerando que se debe conocer a un proveedor de la materia prima.
- **Observación Participante:** La observación participante implica que el investigador se involucre activamente en la situación o contexto que está estudiando. Esta herramienta proporcionará una comprensión profunda de las interacciones sociales y el comportamiento en entornos naturales, por medio de la observación directa de los procesos de producción de moringa en las instalaciones de los cultivos y procesamiento.
- **Análisis de Contenido:** El análisis de contenido es una técnica que implica examinar y codificar el contenido textual o visual de documentos, entrevistas,

transcripciones u otras fuentes de datos. Este método se utilizará para identificar patrones, temas y significados emergentes. En este análisis, se aplican herramientas investigativas como PESTLE, PORTER y análisis de la demanda, con la finalidad de estudiar el entorno en donde se desarrollará el negocio.

- **Análisis Narrativo:** El análisis narrativo se centra en las historias y relatos de los participantes. Los investigadores exploran la estructura narrativa, los significados subyacentes y la interpretación de las experiencias a través de la identificación de patrones en las narrativas.

### **Tipo de análisis**

#### ***Investigación no experimental***

La investigación no experimental es un enfoque de investigación en el cual el investigador no manipula variables independientes ni controla situaciones de manera directa. A diferencia de la investigación experimental, en la que se realizan manipulaciones controladas para establecer relaciones de causa y efecto, la investigación no experimental se enfoca en la observación y recopilación de datos en contextos naturales.

La investigación cualitativa para el proyecto de exportación de moringa hacia los Estados Unidos se realiza mediante un diseño transversal. En este enfoque, se obtiene una instantánea detallada de la situación actual del proyecto, examinando aspectos clave como la producción, distribución y recepción en el mercado estadounidense en un único punto en el tiempo.

#### **Análisis PESTEL**

Un análisis PESTEL es un marco o herramienta utilizada por los profesionales de marketing para analizar y monitorizar los factores macroambientales que tienen un impacto en una organización (Garayzar, 2016). El resultado sirve para identificar amenazas y debilidades, que después se utilizan para completar una matriz de Evaluación de Factores Internos y Externos y un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas FODA.

La estrategia utilizada para evaluar el contexto general es el análisis PESTEL, el cual implica analizar cómo los factores externos, no controlables por la empresa pero que pueden influir en su crecimiento futuro, inciden en la situación actual. Se sugiere que la organización se

involucre de manera proactiva en la exploración del entorno, monitorizando las tendencias y anticipándose a la posición futura de sus competidores

### **Político**

Los procedimientos políticos y las leyes ejercen un impacto en las regulaciones del entorno a las cuales los sectores deben acatar. Las normativas gubernamentales pueden tener un efecto claro en los intereses de una empresa, ya sea para favorecerlos o perjudicarlos. Esto hace referencia a la forma en que las decisiones o posturas gubernamentales a nivel local, regional, nacional e internacional pueden afectar a la marcha del negocio (Banco Mundial, 2023). Los incentivos empresariales, las políticas fiscales, el respaldo de ciertos lobbies, el fomento del comercio exterior, la existencia de tratados internacionales o la propia estabilidad política pertenecen a este grupo.

El presidente actual de la República del Ecuador es el Ing. Daniel Noboa quién recientemente se convirtió en el nuevo presidente. Según un estudio realizado por CEDATOS (2023), existe una aprobación del mandatario de un 60 % en la población, puesto que eso resulta favorable, también se toma en cuenta la reciente gestión realizada por el expresidente el Sr. Guillermo Lasso quien dejó un gobierno con poca credibilidad, esto genera una inestabilidad política que envuelve a la población en general, puede verse reflejado en lo poco atractivo de poder invertir en nuestro país, afectando la actividad comercial del país en general. El sobre endeudamiento que mantiene el estado en los últimos años ha disminuido la producción nacional.

La estabilidad política de Ecuador ha experimentado altibajos en diferentes momentos de su historia. En general, el país ha enfrentado desafíos políticos, económicos y sociales que han influido en su estabilidad política. Durante las últimas décadas, Ecuador ha atravesado diversos cambios de gobierno y períodos de inestabilidad política. Factores como la corrupción, la polarización política, la debilidad institucional y los conflictos sociales han contribuido a esta inestabilidad.

La economía de Ecuador está en proceso de recuperación gradual después de la contracción causada por la pandemia, que ha revelado algunas debilidades estructurales. Estas incluyen la dependencia de las exportaciones de petróleo, la falta de amortiguadores macroeconómicos, el acceso limitado a los mercados de capitales, la alta informalidad y las

grandes brechas en el acceso a servicios públicos. A pesar de los indicadores económicos prometedores del país, existe una notable incertidumbre política después de que el presidente Guillermo Lasso declarara muerte cruzada, por ende, hasta el momento el país se encuentra a la espera de nuevas elecciones (Banco Mundial, 2023).

### **Factores Económicos**

- Tasa de variación anual del PIB por región

En el año 2023, las proyecciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) indican una desaceleración en el crecimiento económico global, estimando un 2,8 %. Este panorama se atribuye principalmente a la anticipación de un aumento en las tasas de interés por parte de las economías desarrolladas para gestionar las presiones inflacionarias y a las tensiones asociadas a la guerra entre Rusia y Ucrania (Banco Central del Ecuador, 2023). Las economías avanzadas, como Estados Unidos, la Zona Euro y el Reino Unido, se espera que experimenten un crecimiento del 1,6 %, 0,8 % y -0,3 %, respectivamente, cifras inferiores al año anterior. En contraste, las economías emergentes y en desarrollo podrían alcanzar un crecimiento del 3,9 %, aunque se prevé una disminución en la actividad económica en cerca de la mitad de estas economías. China, por su parte, proyecta un dinamismo económico superior, con una tasa de crecimiento del 5,2 %, impulsada por expectativas de mejora en la movilidad y reapertura económica. En el caso de América Latina y el Caribe, se anticipa una reducción en el crecimiento al 1,6 % en 2023, en sintonía con la desaceleración de sus socios comerciales, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

- Inflación

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2023) en el año 2022, la economía de Ecuador experimentó diversos factores tanto externos como internos que contribuyeron al aumento de los precios. Desde el punto de vista externo, este incremento se debió al conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y las interrupciones en las cadenas de suministro, lo cual generó presiones al alza en los precios de las materias primas, especialmente los fertilizantes. Desde el lado interno, el aumento de los precios estuvo relacionado con el incremento del salario básico unificado, el crecimiento de la demanda interna y las repercusiones del paro nacional que ocurrió en junio del mismo año. Como resultado, la inflación promedio anual fue del 3,5 % y la inflación anual a diciembre se ubicó en el 3,7 %. A lo largo del año, diez de las doce divisiones de consumo

experimentaron variaciones positivas en los precios, con excepción de recreación y cultura, así como prendas de vestir y calzado. Las divisiones de consumo que tuvieron una mayor contribución fueron alimentos y bebidas no alcohólicas con un 1,6 %, transporte con un 0,4 % y bienes y servicios diversos con un 0,4 % (Banco Central del Ecuador, 2023).

- VAB por industrias

El sector manufacturero es una parte importante de la economía de Ecuador y ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Este sector se dedica a la transformación de materias primas en productos terminados a través de procesos industriales.

El crecimiento del sector manufacturero en Ecuador se ha visto impulsado por varios factores. Uno de ellos es la diversificación de la economía, ya que el país ha buscado reducir su dependencia de las exportaciones de petróleo y promover otros sectores productivos. El gobierno ha implementado políticas y programas para fomentar la inversión en la industria manufacturera, brindando incentivos fiscales y apoyo a la innovación y tecnología.

Además, la ubicación geográfica estratégica de Ecuador ha facilitado el acceso a mercados internacionales, lo que ha permitido a las empresas manufactureras exportar sus productos a otros países. La apertura de acuerdos comerciales y la participación en bloques regionales, como la Comunidad Andina y la Alianza del Pacífico, han proporcionado oportunidades adicionales para el crecimiento del sector manufacturero (Banco Mundial, 2023).

La mano de obra calificada y la disponibilidad de recursos naturales también han contribuido al desarrollo del sector manufacturero en Ecuador. La industria ha experimentado avances en tecnología y procesos de producción, lo que ha mejorado la eficiencia y la calidad de los productos fabricados en el país.

Es importante mencionar que, si bien el sector manufacturero en Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo, también enfrenta desafíos. Estos incluyen la competencia global, la mejora continua de la productividad, la infraestructura adecuada y el acceso a financiamiento para la inversión en maquinaria y equipos. A continuación, se evidencia el VAB por industria en donde se aprecia una participación del sector manufacturero del 11,6 % en el año 2022 (Banco Central del Ecuador, 2023).

**Figura 2.***Evolución del PIB-Ecuador.*

Rama de actividad	Tasa de variación anual			Participación en 2022	Contribución a la variación de 2022
	2020	2021	2022		
Enseñanza y servicios sociales y de salud	-2,8	-0,8	↑ 5,8	9,1	0,52
Comercio	-7,9	11,0	↑ 3,9	10,9	0,42
Correo y comunicaciones	-2,5	9,7	↑ 10,7	4,2	0,42
Transporte	-14,7	13,1	↑ 4,3	7,5	0,32
Alojamiento y servicios de comida	-21,1	17,4	↑ 12,2	2,0	0,22
Suministro de electricidad y agua	-5,1	0,8	↑ 6,7	3,2	0,21
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	-9,5	2,0	↑ 3,4	6,0	0,21
Acuicultura y pesca de camarón	6,8	16,2	↑ 11,8	1,8	0,20
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	-2,2	-0,6	↑ 2,6	6,5	0,17
Otros servicios (*)	-3,7	3,1	↑ 2,5	6,4	0,16
Actividades de servicios financieros	-8,1	10,0	↑ 2,7	3,6	0,10
Petróleo y minas	-7,6	0,8	↑ 1,0	8,5	0,09
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	-5,7	3,1	↑ 0,6	11,6	0,07
Construcción	-20,0	-6,6	↑ 0,2	6,2	0,01
Servicio doméstico	-20,9	-9,2	↓ -0,6	0,2	0,00
Refinación de petróleo	-15,7	23,9	↓ -4,9	0,7	-0,04
Pesca (excepto camarón)	0,7	11,0	↓ -9,9	0,7	-0,08
Agricultura	-0,8	0,4	↓ -2,9	7,5	-0,23

Nota. Esta figura muestra la evolución del PIB según la rama de actividad desde el año 2020 al 2022. Se evidencia una participación considerable del sector manufactura y comercio.

### Factores Sociales

Se analizan los elementos socioculturales que permiten reconocer las corrientes actuales en la sociedad. Estos elementos incluyen alteraciones en preferencias o tendencias que afectan el consumo, modificaciones en los ingresos, la conciencia sobre la salud, transformaciones en los patrones de comunicación y relaciones interpersonales, cambios en la demografía tanto en términos de natalidad como de mortalidad y expectativas de vida, así como características religiosas de interés (Torres, 2019).

En función de este ámbito, Ecuador una amplia relevancia y posicionamiento social con relación a la producción de diferentes tipos de productos en las diferentes provincias del país, lo cual reafirma que forma parte de la actividad productiva, comercial y del modo de vida de la comunidad de las diferentes provincias productoras del país, el cultivo de moringa es una actividad que pese a llevar poco tiempo en el país se encuentra siendo explotada por algunas comunidades especialmente de la región Costa. Dar a conocer este producto dado que contiene

un alto nivel nutricional mediante la exportación es un suceso de importante relevancia en este proyecto.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que la población ecuatoriana enfrenta riesgos relacionados con factores externos, como la desaceleración de las principales economías, la disminución de los precios de las materias primas y el aumento de las tasas de interés internacionales. Además, el país está expuesto a desastres climáticos como el Fenómeno del Niño, que podría afectar la economía en los próximos meses, así como a la inseguridad y la inestabilidad política

Estos factores también afectan la construcción de consensos necesarios para la estabilidad política y social y para enfrentar los desafíos futuros. La falta de consenso en torno a reformas cruciales podría prolongar la oscilación económica asociada con los ciclos del precio del petróleo y dificultar el logro de un crecimiento más amplio e inclusivo mientras se adapta a un mundo en proceso de descarbonización.

- Indicadores de inserción al mercado laboral

En cuanto al mercado laboral, se observa que durante 2022, la población económicamente activa (PEA) a nivel nacional experimentó una disminución del 0,1 % en comparación con el último trimestre de 2021, mientras que la población en edad de trabajar (PET) aumentó en un 1,4 %. Como resultado, la tasa de participación global (PEA/PET) disminuyó del 66,7 % en 2021 al 65,7 % en 2022. Estos indicadores reflejan cambios en la composición de la fuerza laboral durante ese período (Banco Central del Ecuador, 2023).

- Pobreza

En el ámbito social, los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) indican que la incidencia de la pobreza a nivel nacional disminuyó en 2,5 puntos porcentuales, pasando del 27,7 % en 2021 al 25,2 % en 2022. Esta cifra es similar al nivel registrado en 2019 (25,0 %) y representa una reducción de 7,8 puntos porcentuales en comparación con el año 2020. Asimismo, la pobreza extrema también experimentó una disminución de 2,3 puntos porcentuales en relación al año anterior, ubicándose en 8,2 % (Anexo 4). Por otro lado, el Índice de Gini, que mide la desigualdad, se mantuvo estable en 0,47. Estos



indicadores reflejan una mejora en la situación de pobreza y pobreza extrema, así como una relativa estabilidad en los niveles de desigualdad en el país (Banco Central del Ecuador, 2023).

### **Factores Tecnológicos**

En el contexto de la exportación de moringa al mercado de los Estados Unidos, varios factores tecnológicos desempeñan un papel esencial para el éxito del proyecto. En primer lugar, la implementación de tecnologías avanzadas en el cultivo, como sistemas de riego inteligentes, contribuye a una gestión eficiente del agua y a un cultivo sostenible. Además, la adopción de prácticas agrícolas sostenibles respaldadas por tecnologías modernas puede mejorar la eficiencia del proceso y garantizar la calidad del producto final.

En la fase de procesamiento, las tecnologías de secado, triturado y envasado desempeñan un papel crucial. La aplicación de tecnologías modernas en estas etapas puede no solo mejorar la eficiencia operativa, sino también preservar la calidad nutricional de las hojas de moringa. Asimismo, la introducción de sistemas automatizados de control de calidad garantiza la consistencia del producto y su conformidad con los estándares internacionales, factores clave para la exportación exitosa.

La implementación de sistemas de rastreo y trazabilidad es esencial para la transparencia y la confianza del consumidor. La utilización de tecnologías como códigos QR o RFID permite el seguimiento del producto desde su origen en Ecuador hasta su llegada al mercado estadounidense, ofreciendo una garantía de calidad y origen.

En el ámbito comercial, la presencia en plataformas de comercio electrónico y el uso efectivo de tecnologías de marketing digital son vitales. Estas estrategias permiten una comercialización eficiente de la moringa, alcanzando a un público más amplio en el mercado estadounidense. Además, el desarrollo de aplicaciones móviles o plataformas en línea que eduquen a los consumidores sobre los beneficios y formas de consumo de la moringa puede aumentar la conciencia y la demanda del producto.

Finalmente, la aplicación de tecnologías de embalaje innovadoras, como envases sostenibles y resistentes, contribuye a mantener la frescura y calidad de las hojas de moringa durante el transporte y almacenamiento. La integración estratégica de estas tecnologías fortalece

la competitividad del proyecto de exportación y asegura una presencia exitosa en el mercado de los Estados Unidos.

### **Factores Legales**

La constitución constituye la normativa más elevada dentro del ámbito ecuatoriano que aborda cuestiones relacionadas con el comercio internacional. Emitida por la Asamblea Nacional en 2008, la normativa, reflejada en el artículo 306 de la constitución, destaca el compromiso del Estado con la promoción de exportaciones responsables, especialmente aquellas que incorporan procesos de transformación de las materias primas locales, como es el caso del producto propuesto. Estas disposiciones forman parte integral de la política comercial del país, la cual tiene como objetivos principales la regulación, promoción y ejecución de acciones que faciliten una inserción estratégica en la economía mundial. En este contexto, se busca diversificar la oferta exportable, presentando productos con valor agregado en los mercados internacionales con el fin de obtener reconocimiento y aumentar los ingresos nacionales.

La Asamblea Nacional (2017) emitió el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), entidad encargada de su aprobación, establece en el artículo 4 de esta normativa sus objetivos, incluyendo el estímulo y la ampliación de las exportaciones. En consecuencia, la justificación para llevar a cabo el proyecto propuesto se fundamenta en las disposiciones de este código. En el artículo 81, se establece que es responsabilidad del Estado agilizar los procedimientos del comercio exterior. Además, el artículo 93 detalla cómo el Estado promoverá estas actividades, señalando acciones que incluyen la aplicación de preferencias arancelarias mediante acuerdos con otros países, la provisión de asistencia financiera, la facilitación de capacitaciones y la promoción de la oferta comercial.

Por su parte, para emprender la comercialización de un producto en el ámbito internacional, se deben satisfacer diversos requisitos establecidos por entidades encargadas de regular y supervisar el sector. Estos requisitos, señalados por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017), aplican tanto a residentes nacionales como a extranjeros, incluyendo empresas, y se detallan a continuación:

- Obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC), un trámite que debe realizarse ante el Servicio de Rentas Internas, la única entidad autorizada para su emisión. Este

documento destaca la actividad económica de la empresa, haciendo énfasis en la exportación.

- Adquirir el certificado de firma digital y TOKEN, proporcionado por el Registro Civil y el Security Data. Según la información del Banco Central del Ecuador (2018), el costo para obtener este certificado y dispositivo asciende a \$ 27 y \$ 22, respectivamente. La renovación del certificado debe llevarse a cabo cada dos años, con un costo de \$ 18.00.
- Registrarse como exportador en el portal del Ecuapass, un requisito que puede gestionarse una vez completados los pasos anteriores. En este portal, se debe crear un usuario y contraseña, además de proporcionar información sobre las operaciones de la empresa y registrar la firma electrónica.

Para proceder con la exportación, es imperativo presentar documentos habilitantes ante la autoridad, asegurando que la carga salga del país hacia el cliente importador. El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017) detalla los documentos necesarios y la información que cada uno de ellos proporciona:

- La Declaración Aduanera de Exportación (DAE) revela el detalle de la carga exportada a la autoridad, incluyendo información sobre el producto, la empresa, el destino y otros datos pertinentes.
- La Factura Comercial contiene detalles sobre la carga exportada, como cantidad, costos y precios, siendo utilizada por la aduana para determinar los impuestos aplicables.
- Los Certificados de Origen se emplean para identificar el país de fabricación de un producto, determinando los posibles beneficios arancelarios asociados con territorios específicos. Según el Portal Único de Trámites Ciudadanos (2019), su costo es de \$ 10.00.
- La Lista de Embalaje detalla cada bulto, incluyendo peso, número de unidades y otros detalles relevantes.
- Las regulaciones por parte del país norteamericano comprenden el registro en la FDA. Los productos alimenticios, incluyendo suplementos dietéticos que contienen moringa,

deben cumplir con los requisitos de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés) de Estados Unidos. Se necesita el registro de la instalación y cumplir con las regulaciones de Buenas Prácticas de Manufactura (GMP, por sus siglas en inglés). Así mismo, el etiquetado y reclamaciones nutricionales: El etiquetado del producto debe cumplir con las normativas de la FDA, incluyendo la lista de ingredientes, información nutricional y reclamaciones respaldadas científicamente sobre los beneficios para la salud del producto.

- Normativas aduaneras y arancelarias: Se deben seguir las normativas aduaneras para la importación de productos alimenticios a Estados Unidos, lo que incluye el pago de aranceles y el cumplimiento de requisitos de importación específicos.

### **Factores Ambientales**

La exportación de hojas de moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos podría plantear algunos desafíos ambientales potenciales. Aunque la moringa es conocida por ser una planta resistente y beneficiosa, es importante considerar los siguientes problemas ambientales que podrían surgir:

- Uso Excesivo de Recursos Hídricos: El cultivo extensivo de moringa puede requerir grandes cantidades de agua, especialmente en regiones donde este recurso es escaso. El uso excesivo de recursos hídricos podría tener impactos negativos en la disponibilidad de agua para otros usos, así como en la salud de los ecosistemas locales.
- Uso de Agroquímicos: Si no se implementan prácticas agrícolas sostenibles, como el cultivo orgánico, el uso intensivo de agroquímicos en la producción de moringa podría tener efectos perjudiciales para el medio ambiente, contaminando suelos y cuerpos de agua cercanos.
- Pérdida de Biodiversidad: La expansión de los cultivos de moringa podría llevar a la pérdida de hábitats naturales, afectando la biodiversidad local. Esto podría ser especialmente relevante si las áreas de cultivo reemplazan ecosistemas naturales o áreas de importancia ecológica.

- **Impacto en Suelos:** La monocultura intensiva de moringa puede afectar la salud del suelo, disminuyendo su fertilidad y aumentando la erosión. Esto podría tener consecuencias negativas para la calidad del suelo y la capacidad de los ecosistemas circundantes para mantener funciones críticas.
- **Emisiones de Gases de Efecto Invernadero:** El transporte de hojas de moringa desde Ecuador hasta los Estados Unidos implica emisiones significativas de gases de efecto invernadero, especialmente si se utiliza transporte aéreo. Esto contribuiría al cambio climático y podría tener implicaciones ambientales a largo plazo.

Es importante destacar que estos problemas pueden mitigarse con prácticas agrícolas sostenibles, como la implementación de métodos de cultivo orgánicos, el uso eficiente de recursos y la adopción de tecnologías agrícolas respetuosas con el medio ambiente. La planificación cuidadosa y la consideración de los impactos ambientales son esenciales para garantizar que la exportación de hojas de moringa sea sostenible y respetuosa con el entorno.

### **Análisis PORTER**

El análisis de las cinco fuerzas de Porter proporciona una perspectiva integral sobre la competitividad y la viabilidad de la exportación de moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos (Porter, 1980).

- **Poder de Negociación de los Compradores:**

Bajo: Si bien los compradores estadounidenses son numerosos y diversos, la moringa puede diferenciarse como un producto único y saludable. La calidad y los beneficios para la salud asociados con la moringa pueden reducir el poder de negociación de los compradores al limitar las alternativas comparables.

- **Poder de Negociación de los Proveedores:**

Moderado: El acceso a la materia prima (hojas de moringa) puede ser crucial, pero la disponibilidad relativamente amplia de moringa y la posibilidad de establecer relaciones sólidas con los proveedores pueden mitigar el poder de negociación. Sin embargo, la calidad y consistencia del suministro pueden influir en esta dinámica.

- Amenaza de Nuevos Competidores:

Moderado: La entrada de nuevos competidores en el mercado de moringa podría ser moderada. Aunque la moringa es un producto creciente en popularidad, la entrada exitosa dependerá de la capacidad del nuevo competidor para superar barreras como la calidad del producto, la distribución eficiente y la construcción de una marca sólida.

- Amenaza de Productos Sustitutos:

Baja: La moringa, con sus propiedades nutricionales y medicinales, tiene características únicas que pueden limitar las amenazas de productos sustitutos directos. Sin embargo, en el ámbito más amplio de productos saludables y naturales, existe cierta competencia, pero la moringa puede destacarse debido a su singularidad.

- Intensidad Competitiva en la Industria:

Moderada a Alta: La competencia en la industria de productos saludables y naturales puede ser intensa. Diferenciarse a través de estrategias de marketing, calidad del producto y eficiencia en la cadena de suministro es esencial para mantener una posición competitiva sólida. La existencia de competidores establecidos y la necesidad de establecer relaciones con distribuidores y minoristas pueden contribuir a la intensidad competitiva.

En general, el análisis de Porter sugiere que la exportación de moringa desde Ecuador a los Estados Unidos presenta oportunidades, pero también desafíos significativos. La diferenciación, la calidad del producto y una estrategia de marketing efectiva son cruciales para enfrentar la competencia y aprovechar el creciente interés en productos saludables y naturales en el mercado estadounidense.

### **Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda para la exportación de hojas de moringa a Los Ángeles, Estados Unidos, presenta una perspectiva alentadora debido a varios factores específicos de este mercado. Los Ángeles, como una de las ciudades más pobladas y culturalmente diversas de

Estados Unidos, alberga una población que tiende a adoptar hábitos de vida saludables y a estar abierta a la incorporación de superalimentos en su dieta.

La creciente conciencia sobre la importancia de la salud y el bienestar en Los Ángeles se traduce en una demanda continua de productos nutritivos y beneficiosos para la salud, como la moringa. La población diversa de la ciudad, que abarca diversas culturas y dietas, crea un ambiente propicio para la introducción de alimentos exóticos y nutritivos, como las hojas de moringa. Además, el auge de la industria de alimentos saludables y las tiendas especializadas en productos orgánicos en Los Ángeles proporciona canales de distribución estratégicos para la moringa. La aceptación de productos naturales y sostenibles en este mercado respalda la demanda de productos como las hojas de moringa, que son conocidas por su origen natural y beneficios para la salud.

La presencia de comunidades conscientes de la salud, la inclinación hacia opciones de alimentos frescos y la cultura de bienestar en Los Ángeles hacen que la ciudad sea un mercado propicio para la exportación de hojas de moringa. Sin embargo, es crucial realizar un análisis detallado del comportamiento del consumidor, la competencia local y las estrategias de marketing específicas para este mercado, con el fin de adaptar la oferta de manera efectiva a las demandas locales y maximizar el éxito en la exportación de hojas de moringa a Los Ángeles.

La principal empresa importadora de hojas de moringa (bajo la partida 121190) se detalla a Countryside USA, misma que cuenta con 20 categorías de productos orgánicos y naturales y su sitio web es: <http://www.countrysidefarm.org> (Trade Map, 2024).

### **Análisis de la competencia**

El análisis de la competencia para la exportación de hojas de moringa implica examinar detenidamente el mercado y evaluar a otros proveedores que ofrecen productos similares. En el contexto de los Estados Unidos, y específicamente en Los Ángeles, este análisis es crucial para desarrollar estrategias efectivas y destacar la propuesta de valor única de las hojas de moringa.

Primero, es esencial identificar a los competidores directos e indirectos en el mercado de alimentos saludables y superalimentos en Los Ángeles. Empresas que ofrecen productos

similares, como hojas de moringa o suplementos nutricionales, deben ser evaluadas en términos de su presencia en el mercado, alcance geográfico, y la calidad y diversidad de sus productos.

Entre los principales exportadores de hojas de moringa hacia Estados Unidos se detallan las siguientes empresas (Trade Map, 2024):

Tabla 2

*Competencia internacional*

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	País	Ciudad	Sitio web
3F Exotic Co., Ltd.	28	Tailandia	Bangkok	
99 Flora Co., Ltd.	28	Tailandia	Samut Prakan	
A.T.E. Maskati Group (Thailand) Co., Ltd.	28	Tailandia	Nakhon Pathom	<a href="http://www.atems.com">http://www.atems.com</a>
ACE Trading Company	1	India	Hyderabad	<a href="http://www.acetradingcompany.com">http://www.acetradingcompany.com</a>
AG AGROPRIM, s.r.o.	52	República Checa	Netvorice	<a href="http://www.agroprim.cz">http://www.agroprim.cz</a>
AGRA	51	República Checa	Ústí nad Orlicí	<a href="http://www.agra-uo.cz">http://www.agra-uo.cz</a>
AGRA GROUP a.s.	19	República Checa	Střelské Hoštice	<a href="http://www.agra.cz">http://www.agra.cz</a>
Agraimpex Sp. z o.o.	55	Polonia	Warszawa	<a href="http://www.agrainpex.com.pl">http://www.agrainpex.com.pl</a>
agricom	3	Georgia	Tbilisi	
Agricultural & Forestry Construction & Import-Export Joint-Stock Co	30	Viet Nam	Hà Nội	
Agricultural Products & Materials Joint-Stock Co	30	Viet Nam	Hà Nội	<a href="http://www.apomaco.vn">http://www.apomaco.vn</a>
Agricultural Products Co. No.1	30	Viet Nam	Hà Nội	
Joint-Stock Co Agriculture & Material Import Export Joint Stock Co. III	30	Viet Nam	Tp.Hồ Chí Minh	
AGRIWELL s.r.o.	15	República Checa	Praha 5	<a href="http://www.agriwell.com">http://www.agriwell.com</a>
AGRO ALI, spol. s r.o.	23	República Checa	Znojmo	<a href="http://www.agroali.cz">http://www.agroali.cz</a>
AGRO Jesenice u Prahy a.s.	27	República Checa	Dolní Brežany	<a href="http://www.agro-jesenice.cz">http://www.agro-jesenice.cz</a>



---

Agro Place OOO	15	Moldova, República	Chişinău	<a href="http://www.agrobourse.com">http://www.agrobourse.com</a>
AGROBET CZ, s.r.o.	46	República Checa	Podebrady	<a href="http://www.agrobet.cz">http://www.agrobet.cz</a>
AGROCHEMA, družstvo	21	República Checa	Konešín	<a href="http://www.agrochema.cz">http://www.agrochema.cz</a>
AGROCHOVEX s.r.o.	26	República Checa	Hnojník	<a href="http://www.agrochovex.cz">http://www.agrochovex.cz</a>
AGROKARPATY, s.r.o. Plavnica	10	Eslovaquia	Plavnica	<a href="http://www.agrokarpaty.com">http://www.agrokarpaty.com</a>
AGT- AGROGAST, s.r.o.	30	República Checa	Louny	
Akash Agro Industries	2	India	Sidhpur	<a href="http://www.akashagroindustries.com">http://www.akashagroindustries.com</a>
Aksu Vital Natural Food Products and Cosmetics	491	Türkiye	İstanbul	<a href="http://www.aksuvital.net">http://www.aksuvital.net</a>
ALLIANCE SENTEUR	46	Francia	MARSEILLE 15	<a href="http://www.alliance-senteur-gemenos.fr">http://www.alliance-senteur-gemenos.fr</a>
Allimony Spice Al-Multaqa Import & Export	4	Egipto	Abshway,Fayoum	<a href="http://www.allimonyspice.weebly.com">http://www.allimonyspice.weebly.com</a>
ALOE PRODUCT	13	Egipto	Pyramids,Giza	<a href="http://www.almultaqa-eg.com">http://www.almultaqa-eg.com</a>
ALOETRADE	3	Túnez	Mahdia	<a href="http://www.aloe-product.com">http://www.aloe-product.com</a>
ALP ERBO	5	Argentina	BUENOS AIRES	<a href="http://www.aloetradeamerica.com">http://www.aloetradeamerica.com</a>
ALSACE FARM SRL	7	Francia	MANOSQUE	<a href="http://www.alperbo.com">http://www.alperbo.com</a>
Alternatif Tarim Ve Orman Urunleri Sanayi Ve Ticaret Ltd Sti Amanah Superintendence Corporation Co., Ltd.	14	Rumania	BUZIAS	
Amar Overseas Amarass Coproration Ltd., (Office)	39	Türkiye	Izmir	<a href="http://www.spicesource.com">http://www.spicesource.com</a>
An Dien Seeds Co., Ltd.	28	Tailandia	Bangkok	
An Giang Agricultural Technology Services Co.	3	India	Sidhpur	<a href="http://www.amaroverseasindia.com">http://www.amaroverseasindia.com</a>
An Giang Agriculture Technical Service Co.	28	Tailandia	Bangkok	<a href="http://www.amardass.com">http://www.amardass.com</a>
An Giang Plant Protection Joint Stock Co.	30	Viet Nam	Tp.Hồ Chí Minh	
	30	Viet Nam	Tinh An Giang	<a href="http://www.antesco.com">http://www.antesco.com</a>
	30	Viet Nam	Tp.Hồ Chí Minh	<a href="http://www.antesco.com">http://www.antesco.com</a>
	30	Viet Nam	Tinh Cần Thơ	<a href="http://www.agpps.com.vn">http://www.agpps.com.vn</a>

---

An Giang Plant Protection Joint Stock Co.	30	Viet Nam	Tp.Hồ Chí Minh	<a href="http://www.agpps.com.vn">http://www.agpps.com.vn</a>
Angimex - Kitoku Co., Ltd	30	Viet Nam	Tp.Hồ Chí Minh	
Angimex JSC Angkarb Bonsai Nuresry & Potteries	30	Viet Nam	Tỉnh An Giang	<a href="http://www.angimex.com.vn">http://www.angimex.com.vn</a>
Anzen Exports Private Limited	2	India	Kolkata	<a href="http://www.anzen.co.in">http://www.anzen.co.in</a>
Arcotrade/Arabic Cooperation for Foreign Trade	8	Egipto	Cairo/Alex. Road, Kaliubeya	<a href="http://www.arcotrade-eg.com">http://www.arcotrade-eg.com</a>

Nota. Esta tabla detalla la competencia internacional en el mercado de productos o servicios agrarios, proporcionando información sobre diversas empresas, incluyendo el número de categorías de productos o servicios que comercializan, el país de origen, la ciudad y los enlaces a sus sitios web cuando están disponibles. Destacan empresas de diferentes regiones, como Tailandia, India, República Checa, Vietnam, Turquía, entre otros.

Se debe examinar la calidad de las hojas de moringa ofrecidas por los competidores, incluyendo su origen, métodos de cultivo, y procesamiento. Aspectos como la certificación orgánica y prácticas sostenibles pueden ser diferenciadores importantes en este mercado.

La estrategia de precios también juega un papel crucial en el análisis de la competencia. Evaluar los precios de los productos similares en el mercado permiten determinar la posición relativa de las hojas de moringa y ajustar estratégicamente los precios para ser competitivos.

Además, la marca y el marketing son factores decisivos. Examinar las estrategias de marketing digital, presencia en redes sociales, y las tácticas de promoción utilizadas por los competidores ayudan a desarrollar una estrategia de marketing efectiva para las hojas de moringa.

La retroalimentación de los clientes y las reseñas en línea también son indicadores valiosos para entender la percepción del consumidor sobre los productos competidores. Esto proporcionan información sobre posibles áreas de mejora y oportunidades para diferenciarse.

### **Segmentación del mercado**

Es un proceso que consiste en agrupar a los clientes que tienen conductas o preferencias similares y de esta forma se plantean diferentes estrategias para tener una ventaja competitiva. El segmento se considera el bajo medio en adelante y la edad a partir de los 3 años en adelante.

### **Segmentación territorial**

- Estado: California
- Ciudad: Los Ángeles
- Tamaño de la ciudad: 1302,76 km<sup>2</sup>, es la decimocuarta ciudad más extensa
- Densidad poblacional: cuatro millones habitantes

### **Análisis FODA**

La evaluación FODA de la empresa dedicada a la exportación de productos de moringa revela una serie de factores que impactan su posición en el mercado de manera integral.

- Fortalezas: La empresa cuenta con sólidos contactos en el mercado de destino, lo que puede facilitar la entrada y expansión en el extranjero. Además, su condición de nueva empresa con una identidad juvenil le brinda una ventaja en términos de adaptabilidad y capacidad para atraer a un público más amplio. La utilización de tecnología de punta a pesar de ser un proceso artesanal destaca la innovación y eficiencia en la producción. La materia prima medicinal de la moringa y una estrategia de comercialización bien diseñada son fortalezas clave que pueden impulsar la demanda y reconocimiento del producto.
- Debilidades: La principal debilidad radica en ser una empresa nueva en el ámbito de exportación, lo que podría implicar desafíos relacionados con la experiencia y la comprensión de los procedimientos internacionales. El desconocimiento general sobre la moringa, tanto por parte de la empresa como del mercado, se presenta como una debilidad significativa que podría afectar la aceptación y posicionamiento del producto. La financiación para el capital operativo y proyectos de mejora también se destaca como una debilidad, ya que el acceso a condiciones favorables podría ser limitado.

- Oportunidades: La empresa tiene la oportunidad de aprovechar el crecimiento internacional, especialmente al considerar la demanda creciente de productos saludables y naturales. La facilidad para conseguir la materia prima es una ventaja adicional que podría contribuir a la estabilidad del suministro y la calidad del producto. Además, al ser pioneros en la introducción de la moringa en el mercado de Madrid, tienen la oportunidad de establecerse como líderes en este nicho emergente.
- Amenazas: El alto número de competidores en la industria de productos saludables y naturales representa una amenaza significativa. La empresa debe diferenciarse y destacar para ganar cuota de mercado. Además, los impuestos asociados con la exportación pueden afectar la rentabilidad y competitividad, especialmente si no se gestionan adecuadamente.

## **Resultados**

### ***Resultados de las entrevistas***

El productor destaca la importancia de las prácticas orgánicas y sostenibles en su plantación, demostrando un compromiso con la salud del suelo y la biodiversidad. Su enfoque en la agricultura orgánica no solo se traduce en certificaciones sino también en la adopción de tecnologías para el monitoreo del suelo y el clima. Además, la consideración de expandir la producción indica una respuesta proactiva a la creciente demanda del mercado.

Por su parte, el exportador enfrenta desafíos logísticos y aduaneros, evidenciando la complejidad del proceso de exportación. La estrategia de canales mixtos y precios competitivos muestra una adaptabilidad para llegar a un mercado amplio. La consideración de colaborar con productores locales en EE. UU. no solo destaca la adaptación a las demandas locales sino también una apertura a prácticas más sostenibles y regionales.

Finalmente, el Ministerio demuestra un enfoque proactivo al facilitar la exportación de moringa, ofreciendo programas de asistencia técnica y financiera. La promoción de certificaciones y el apoyo a la investigación indican un compromiso con la mejora continua de la calidad y competitividad. Los esfuerzos por mantener incentivos fiscales y revisarlos

periódicamente reflejan una postura dinámica para mantener la competitividad de los exportadores.

La cadena de producción de moringa en Ecuador se destaca por su enfoque en la sostenibilidad, desde la producción orgánica hasta la consideración de colaboraciones locales. La complejidad logística y los desafíos regulatorios señalan la necesidad de una coordinación efectiva entre el sector privado y público. El énfasis en la investigación y desarrollo sugiere un compromiso con la innovación y la adaptación a las tendencias del mercado internacional. En conjunto, estas entrevistas reflejan un sector moringa en Ecuador que busca no solo cumplir con estándares internacionales sino también destacar en un mercado global competitivo.

### ***Resultados de la observación en los procesos de la empresa exportadora de moringa***

Los resultados obtenidos a través del método de observación en los procesos de la empresa exportadora de moringa proporcionaron una visión detallada de varios aspectos clave, con un enfoque particular en los procesos logísticos y de distribución. Durante la observación de los procesos logísticos, se pudo identificar la eficiencia en la gestión del tiempo y la coordinación, destacando la importancia de una cadena de suministro bien organizada para garantizar la frescura y calidad de las hojas de moringa durante la exportación.

En cuanto a la distribución, se observó un uso estratégico de canales mixtos, incluyendo envíos directos a minoristas y colaboraciones con distribuidores locales, así como la exploración de opciones de venta en línea. Esta estrategia diversificada se alinea con la naturaleza cambiante del mercado y permite llegar a un público más amplio.

Las barreras identificadas durante el proceso de observación incluyeron desafíos logísticos, regulaciones aduaneras y trámites complejos. Sin embargo, se pudo observar que la empresa aborda estas barreras trabajando en estrecha colaboración con socios logísticos confiables y manteniéndose actualizada sobre las normativas. Además, se evidenció la importancia de contar con certificaciones orgánicas y cumplir con los requisitos aduaneros, particularmente aquellos establecidos por la FDA en los Estados Unidos.

En resumen, los resultados del método de observación ofrecen una visión integral de la operación de la empresa exportadora de moringa, destacando sus fortalezas en la eficiencia

logística y distribución, así como la superación proactiva de barreras a través de estrategias bien planificadas y el cumplimiento de estándares internacionales. Estos hallazgos son cruciales para comprender los procesos operativos y mejorar continuamente la calidad y competitividad en el mercado de exportación de hojas de moringa.

### *Análisis de los hallazgos*

El análisis PESTEL y PORTER brindan una visión integral de la exportación de hojas de moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos. El enfoque del análisis PESTEL se centra en factores macroambientales, resaltando la inestabilidad política actual en Ecuador, cambios gubernamentales recientes y desafíos económicos, como la deuda y la producción nacional. Por otro lado, el análisis PORTER se concentra en las fuerzas competitivas de la industria, abordando el poder de negociación de compradores y proveedores, la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos sustitutos y la intensidad competitiva general.

En términos políticos y legales, el PESTEL destaca la reciente inestabilidad política en Ecuador, mientras que el PORTER señala que, a pesar de esto, el marco legal ecuatoriano respalda la exportación, aunque la estabilidad política es crucial para superar desafíos competitivos. En el ámbito económico, el PESTEL destaca la recuperación económica gradual de Ecuador, pero con incertidumbres persistentes. En comparación, el PORTER sugiere que la situación económica en Estados Unidos y la capacidad de diferenciar la moringa en el mercado son elementos clave para el éxito.

En cuanto a factores sociales, ambos análisis coinciden en la importancia de comprender elementos socioculturales, como preferencias de consumo y cambios demográficos. El PESTEL señala riesgos sociales para Ecuador, mientras que el PORTER destaca la necesidad de diferenciarse en un mercado saludable y natural. En el ámbito tecnológico, ambos resaltan la importancia de la tecnología en la producción, procesamiento y comercialización de la moringa. El PESTEL destaca la adopción de tecnologías avanzadas, y el PORTER menciona la necesidad de implementar tecnologías para garantizar calidad y transparencia.

En cuanto a factores ambientales, el PESTEL destaca desafíos potenciales, como el uso de recursos hídricos y agroquímicos. Aunque el PORTER no aborda directamente los aspectos ambientales, el énfasis en la diferenciación y calidad puede relacionarse con prácticas

sostenibles. En conjunto, estos análisis subrayan la importancia de la diferenciación y la calidad del producto para tener éxito en la exportación de moringa a los Estados Unidos, considerando las complejidades políticas, económicas, sociales, tecnológicas, legales y ambientales en juego. La atención a factores sociales y ambientales puede ser crucial para la aceptación del producto en el mercado objetivo y la capacidad de competir de manera efectiva en un entorno dinámico y competitivo.

La aplicación de los resultados obtenidos mediante el método de observación puede traducirse en acciones concretas para mejorar distintos aspectos de la operación. En primer lugar, es crucial para la empresa optimizar su cadena de suministro, evaluando la eficiencia de los procesos logísticos y buscando maneras de mejorar la distribución para asegurar la frescura y calidad del producto durante la exportación.

Además, la empresa debe considerar diversificar los canales de distribución. Debe explorar oportunidades de colaboración con distribuidores locales y evaluar la posibilidad de vender sus productos en línea para ampliar su alcance a un público más amplio. Para garantizar la legitimidad de los productos y facilitar la entrada a nuevos mercados, la empresa debe asegurarse de contar con certificaciones orgánicas y cumplir con los requisitos aduaneros pertinentes, especialmente aquellos exigidos por el mercado estadounidense.

La colaboración estrecha con socios logísticos confiables también es esencial. La empresa debe fortalecer sus relaciones con ellos para abordar desafíos logísticos y mantener la eficiencia en sus operaciones. Además, debe explorar oportunidades de colaboración con otras empresas del sector para compartir conocimientos y recursos, especialmente en áreas donde puedan surgir barreras.

Es crucial que la empresa se mantenga al tanto de las regulaciones y normativas en constante evolución, adaptando proactivamente sus procesos y políticas internas para cumplir con los nuevos requisitos. La implementación de tecnologías que mejoren la eficiencia en la producción y distribución, como sistemas de monitoreo en tiempo real, tecnologías de información y comunicación, o soluciones de cadena de bloques para rastrear la calidad del producto, también es recomendable.

En el ámbito de marketing, la empresa debe destacar la calidad superior de sus hojas de moringa y comunicar los beneficios únicos de sus productos. Debe desarrollar estrategias de marketing para diferenciarse en un mercado competitivo y participar en ferias o eventos relevantes para ampliar la visibilidad de su marca. En conjunto, estas acciones pueden mejorar la eficiencia operativa de la empresa, fortalecer su posición competitiva y abrir nuevas oportunidades en el mercado de exportación de hojas de moringa.



## **Capítulo IV: Propuesta**

En un contexto global marcado por el creciente interés en superalimentos y productos naturales que promueven la salud, la moringa ha emergido como un protagonista destacado en el sector agroindustrial. Este capítulo se centra en la propuesta de un proyecto de exportación de hojas de moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos, explorando las oportunidades estratégicas y los desafíos inherentes en la penetración de este mercado internacional.

La moringa, reconocida por su riqueza nutricional y propiedades medicinales, ha experimentado una demanda creciente en el mercado estadounidense, donde los consumidores buscan alternativas saludables y sostenibles. Este proyecto se posiciona como una iniciativa clave para capitalizar el potencial de la moringa y contribuir al desarrollo del sector agroexportador ecuatoriano.

A lo largo de este capítulo, se examinan detalladamente los fundamentos del proyecto, desde para lograr una exitosa incursión en el mercado estadounidense. Asimismo, se abordan aspectos críticos como la logística de exportación, las estrategias de marketing, las regulaciones aduaneras y las oportunidades de colaboración con actores clave en la cadena de suministro.

La exportación de hojas de moringa a los Estados Unidos se presenta como una oportunidad estratégica para diversificar la oferta exportable de Ecuador, aprovechando no solo la calidad de los productos sino también la posición geográfica privilegiada del país. Este capítulo establece las bases para una propuesta sólida y orientada al éxito, alineada con las tendencias de consumo y las oportunidades emergentes en el mercado internacional de superalimentos.

### **Modelo administrativo del proyecto**

#### **Planificación de la constitución de la compañía**

En el país, todas las compañías están sujetas a regulación por parte de la Superintendencia de Compañías y Seguros, la cual supervisa que puedan llevar a cabo sus actividades comerciales con documentación al día y la suficiente proporción de información de datos para su constitución. En el caso específico abordado, se opta por establecer la compañía como una Sociedad Anónima, en la que cada capital se encuentra representado por un representante legal, además de los gerentes generales y el presidente.

La responsabilidad del representante legal incluye la creación de un Registro Único de Contribuyentes (RUC) específico para la compañía a través del Servicio de Rentas Internas. Este paso es esencial para el registro ante la Superintendencia de Compañías y Seguros, así como en el Registro Mercantil, asegurando así la constitución inmediata de la empresa.

Durante este proceso, paralelamente a la constitución definitiva de la empresa, se atienden los requisitos municipales, incluyendo la apertura de cuentas bancarias necesarias para las operaciones comerciales. En este contexto, la empresa establece una cuenta bancaria dentro del sistema bancario del Ecuador para gestionar los fondos necesarios para sus diversas transacciones.

Según la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, para el establecimiento y funcionamiento correcto de la empresa, se requieren los siguientes permisos:

- Patente municipal, licencia única o su equivalente.
- Permiso de uso de suelo.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Declaración juramentada del representante legal del establecimiento.

Asimismo, según el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad de Guayaquil y la Alcaldía Ciudadana de Guayaquil, se deben cumplir ciertos requisitos para obtener el registro de patente municipal, que incluyen:

- Certificado del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Última actualización del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de cédula en caso de que el representante legal sea una persona natural.
- Declaración del impuesto a la renta.
- Formulario emitido por la municipalidad de Guayaquil.

### **Actividad comercial y razón social**

Razón social: Nature Moringa S.A.

Marca: MoringVit.

#### **Figura 3.**

*Logotipo.*



Nota. El logotipo de "Moringvit" se presenta como una representación visual distintiva que encapsula la esencia de la marca. Utilizando un diseño armonioso y elementos gráficos específicos, el logotipo transmite la naturaleza única y saludable de los productos relacionados con la moringa. Las tonalidades de color seleccionadas pueden reflejar la frescura y vitalidad asociadas con este superalimento. Además, la tipografía utilizada refuerza la identidad de la marca, transmitiendo un mensaje claro y moderno. En general, el logotipo "Moringvit" no solo busca ser memorable sino también transmitir los valores y la calidad que la marca representa en el mercado de productos relacionados con la moringa.

La actividad comercial de Nature Moringa S.A. se centra en la producción y exportación de hojas de moringa, cumpliendo con las normativas locales y manteniendo estándares de calidad excepcionales. La empresa, ubicada en el km 45 Vía a la Costa, provincia del Guayas, opera bajo el nombre de Nature Moringa S.A. y está compuesta por dos socios mayoritarios, cada uno con una participación inicial de inversión de \$ 5000, representando el 50 % del capital con la totalidad de acciones para cada uno.

Bajo la marca MoringVit, se ofrece una variedad de productos que incluye semillas, hojas secas y polvo de moringa. Siendo una Pyme en sus inicios, la empresa se caracteriza por operar con un capital propio, limitando la inversión a los accionistas. La relevancia de las pymes en la economía ecuatoriana es evidente, ya que no solo contribuyen significativamente a la generación

de empleo, sino que la empresa, al basarse en el cultivo y producción de productos de moringa, también aporta a la creación de puestos de trabajo.

Las características gerenciales que definen a Nature Moringa S.A. incluyen su notable adaptabilidad, crucial para promover los productos generados por la empresa. La habilidad de negociación se destaca, ya que es necesario establecer acuerdos con el mercado de destino en términos de cantidad por temporada. Además, la toma de decisiones y la eficiente gestión de recursos son elementos fundamentales en la estructura gerencial de la empresa.

La elección del nombre MoringVit para los productos destinados al mercado anglosajón refleja su aporte nutritivo distintivo y busca identificarlos de manera única en dicho mercado.

### **Misión de la empresa**

La misión es destacar como líderes indiscutibles en la exportación de hojas de moringa, comprometiéndonos de manera integral con la promoción de la salud, la sostenibilidad y el desarrollo de un producto natural y altamente nutritivo. Nos esforzamos por ser pioneros en la entrega de calidad, contribuyendo positivamente al bienestar de las personas y al mismo tiempo, impulsando prácticas comerciales sostenibles que respeten y protejan nuestro entorno.

### **Visión de la empresa**

La visión es transformar positivamente la industria de la exportación de hojas de moringa, consolidándonos como referentes globales reconocidos por la excelencia en calidad, innovación y compromiso con la salud y sostenibilidad. Nos visualizamos como impulsores de un cambio significativo, donde nuestro producto no solo sea apreciado por su calidad nutricional, sino también por el impacto positivo que generamos en las comunidades y en el medio ambiente. Aspiramos a ser catalizadores de un mundo más saludable y sostenible a través de la dedicación a la excelencia y a la responsabilidad empresarial.

### **Plan de exportación**

#### **Producto**

La moringa (moringa oleífera) es una planta de origen de determinadas regiones de Asia y África, que tiene una capacidad de poder adaptarse a territorios y climas calurosos con escasas lluvias. Las diferentes partes del árbol son aptas para el consumo humano, sean estas las hojas, la raíz, la corteza, las flores y las vainas, y sirven como una ayuda adicional a la medicina

tradicional de forma terapéutica para distintas dolencias. Uno de los mayores usos para este tipo de plantas es para poder suplir al ser humano de vitaminas, minerales y aminoácidos esenciales, donde es realmente utilizado para las personas con desnutrición donde juega un papel importante como un superalimento (Doménech et al, 2017).

A continuación, se describen las modalidades disponibles para ofrecer el producto destinado a la exportación de hojas de moringa bajo la subpartida arancelaria 1211.90.90, presentado en sachet de 250 gramos.

**Características:** saquitos de hojas de moringa. Producto de origen natural, exento de conservantes y aditivos.

**Ingredientes:** Moringa.

**Vida útil:** Seis meses.

**Condiciones de almacenamiento y transporte:** Se debe mantener en un entorno limpio, fresco y seco, con una temperatura comprendida entre 15° y 20°C, y una humedad relativa inferior al 50 %. Durante el transporte, se colocará en contenedores libres de olores y rastros de suciedad, dispuestos en paletas y alejados del nivel del suelo.

**Etiquetado de productos en Estados Unidos:** Es imperativo cumplir con los requisitos de etiquetado para productos alimenticios en el idioma del país importador. Esto incluye el nombre del producto, la lista de ingredientes por peso, el contenido por envase y la fecha de caducidad. Además, se deben proporcionar las condiciones de conservación, detalles del fabricante, país de origen e instrucciones de uso, cuando sea aplicable. Asimismo, se requiere la inclusión de información nutricional.

#### **Figura 4.**

Presentación del producto, fundas de 250 gramos.



Nota. La presentación del producto en fundas de 250 gramos destaca por su enfoque práctico y conveniente. El diseño de las fundas refleja la atención a la comodidad del usuario, permitiendo un manejo fácil y almacenamiento eficiente. La elección de una capacidad de 250 gramos sugiere una opción versátil, ideal para consumidores que buscan flexibilidad en el uso del producto. La presentación en fundas no solo garantiza la frescura del contenido, sino que también proporciona una solución de empaque que se alinea con las necesidades del consumidor moderno. Este formato, además, puede ser atractivo para aquellos que buscan probar el producto antes de comprometerse con cantidades mayores.

#### **Precio del producto y trámites de exportación**

La estrategia de fijación de precios se origina a partir del cálculo de costos variables, ya que las hojas de moringa compite en un mercado donde existe una marcada preferencia por productos orgánicos o certificados. La meta es alcanzar un mayor margen de ganancia mediante un aumento en la producción de la planta, aprovechando las economías de escala. En otras palabras, la estrategia está orientada hacia un segmento de consumidores con un alto poder adquisitivo.

Dadas las características particulares de las hojas de moringa, se puede clasificar como un producto de calidad intermedia. Se sugiere que la empresa exportadora realice inversiones en certificaciones de origen orgánico, ya que estas deben influir en la fijación del precio del

producto. En el contexto de la exportación, considerando el uso de un contenedor de 20 pies, se pueden obtener valores referenciales de costos.

Tabla 3

*Precios referenciales*

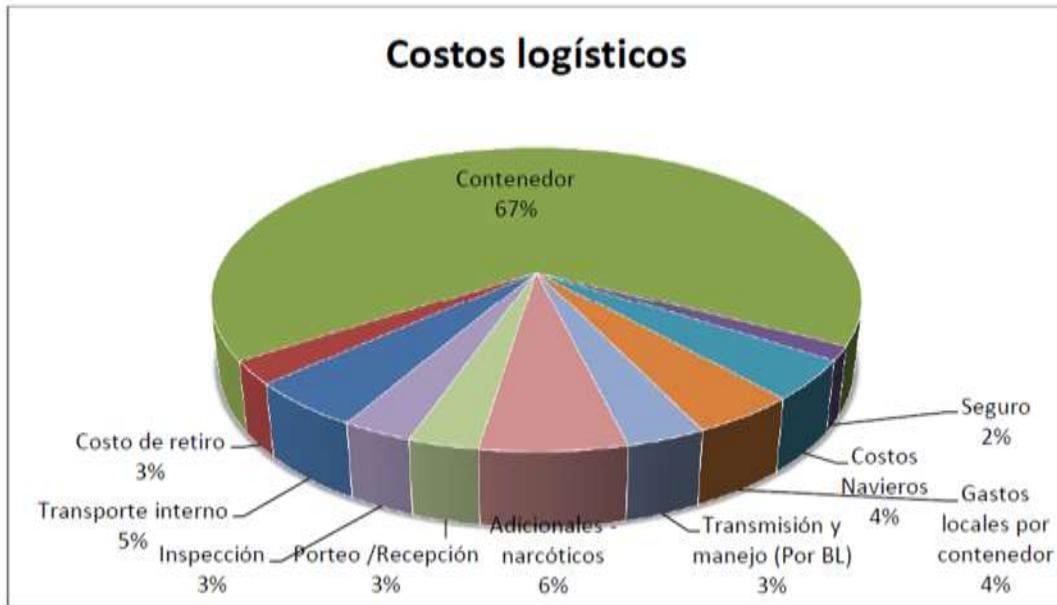
<b>Ecuador</b>		<b>Estados Unidos</b>				
FOB	Tarifa Ad Valorem 0 %	Naturalización del producto	Ganancia del distribuidor	Precio antes de percha	Ganancia del Retail	Precio en percha
	0 %		30 %		92 %	
<b>0.77</b>	0.00	0.77	0.23	1.00	0.92	1.92

Nota. Esta tabla proporciona información detallada sobre la estructura de costos y precios para un producto específico que se exporta desde Ecuador a los Estados Unidos. La columna "FOB" representa el valor Free On Board, indicando el precio al que el producto sale del país de origen. Se aplica una "Tarifa Ad Valorem del 0%" en la aduana de Estados Unidos, lo que sugiere una ausencia de aranceles adicionales en este caso particular. La "Naturalización del producto" se presenta con un porcentaje del 30%, lo que puede indicar los costos asociados con la adaptación del producto al mercado de destino. Luego, se detallan las ganancias tanto del distribuidor como del minorista, culminando en el "Precio en percha", que representa el precio final al que el producto se ofrece al consumidor en el mercado estadounidense. En resumen, esta tabla es esencial para entender la estructura de costos y precios involucrados en la exportación de este producto específico desde Ecuador a los Estados Unidos.

Entre los costos de exportación considerados se detallan los siguientes:

**Figura 5.**

Costos logísticos.



Nota. Este gráfico proporciona los costos logísticos y su participación en cada ítem. Se evidencia que el contenedor tiene la mayor participación.

Por su parte, como parte del Incoterm a utilizar se considera el FOB, mismo que implica que el vendedor es responsable hasta que la mercadería llega al barco. Posteriormente, la responsabilidad pasa a ser del comprador.

La exportación se llevará a cabo a través de transporte marítimo, partiendo del puerto de Guayaquil con destino al Puerto de Valencia, atravesando el Océano Atlántico. A partir de este punto, el importador tomará la responsabilidad del transporte del producto hasta Estados Unidos, asumiendo todos los costos asociados. La elección del puerto de Guayaquil se fundamenta en su eficiencia, lo cual contribuye a minimizar posibles errores vinculados con la manipulación de la carga y la coordinación de envíos hacia el país de destino (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2016).

Considerando que la carga a enviar será con pallets cuya medida corresponde a 1,20 m x 0,80 m. En el contenedor normal de 20' se puede enviar 25 pallets. El contenedor partirá desde



la provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, y desembarcará en el puerto de Los Angeles. Por ende, se transportan:

- Por caja: cada caja contiene 50 sachets de hojas de moringa de 250 gramos.
- Por piso de 40 x 20 x 17 cm: cajas con dimensiones de 40 x 20 x 17 cm y se pueden apilar 10 cajas en un piso, entonces se tendría 500 sachets por piso.
- Kilogramos por piso: Si cada sachet pesa 250 gramos, entonces el peso total por piso sería de 125 kg (500 sachets \* 0.25 kg/sachet).
- Pisos por pallet: Si se apilan 5 pisos en un pallet, se tendría 2,500 sachets por pallet.
- Kilogramos por pallet: El peso total por pallet sería de 1,250 kg (5 pisos \* 125 kg/piso).
- Pallets con un peso de kg: Si se cargan 10 pallets en el contenedor, el peso total de los pallets sería de 12,500 kg (10 pallets \* 1,250 kg/pallet).

Por otro lado, no existirá crédito a plazos, más bien se procederá al pago una vez depositada o almacenada la mercancía en las bodegas de la naviera, una vez allí la responsabilidad es de parte del comprador.

### **Fase de pre embarque**

La persona interesada en realizar exportaciones debe tener en cuenta ciertos requisitos. En primer lugar, los productos alimenticios deben contar con un registro sanitario, el cual es emitido por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" del Ministerio de Salud Pública. Este registro no solo es esencial a nivel nacional, sino que también actúa como respaldo en el ámbito internacional.

Además, el exportador debe poseer un Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas y, al mismo tiempo, estar registrado en la página web oficial de la Secretaría Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). Es imperativo contar con una Declaración Aduanera Única de Exportación para llevar a cabo cualquier exportación. Según las indicaciones de PROECUADOR, los requisitos específicos para exportar incluyen:

- El RUC del exportador.
- Un Certificado de Firma Digital o TOKEN proporcionado por el BCE o Security Data.
- Registro en Ecuapass.
- La Factura Comercial Original.
- Certificado de Origen del Producto.
- Registro como exportador en la página de la SENAE.
- Documento de transporte.

El proceso de exportación se inicia mediante la presentación de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS. Esta declaración no se limita a ser una simple manifestación de la intención de embarque; más bien, establece un vínculo legal y crea obligaciones que el exportador o declarante debe cumplir con la Secretaría Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). La DAE incluye información crucial, como los datos del exportador o declarante, la descripción detallada de los ítems de la factura, la información del consignatario, el destino de la carga, las cantidades, el peso y otros datos relevantes relacionados con la mercancía. Estos detalles son fundamentales para el cumplimiento de los procedimientos aduaneros y garantizan la transparencia y legalidad en el proceso de exportación.

Los documentos digitales asociados a la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) comprenden la factura comercial, el Certificado de Origen (si es aplicable) y las Autorizaciones Previas. La presencia de un Agente de Aduana no es obligatoria para llevar a cabo el proceso de exportación; sin embargo, se sugiere su contratación, especialmente si el tamaño de la empresa lo justifica. La asesoría de un Agente de Aduana puede ser valiosa para orientar en los aspectos relativos a la apertura y cierre de la exportación, asegurando un cumplimiento eficiente de los procedimientos y requisitos aduaneros.

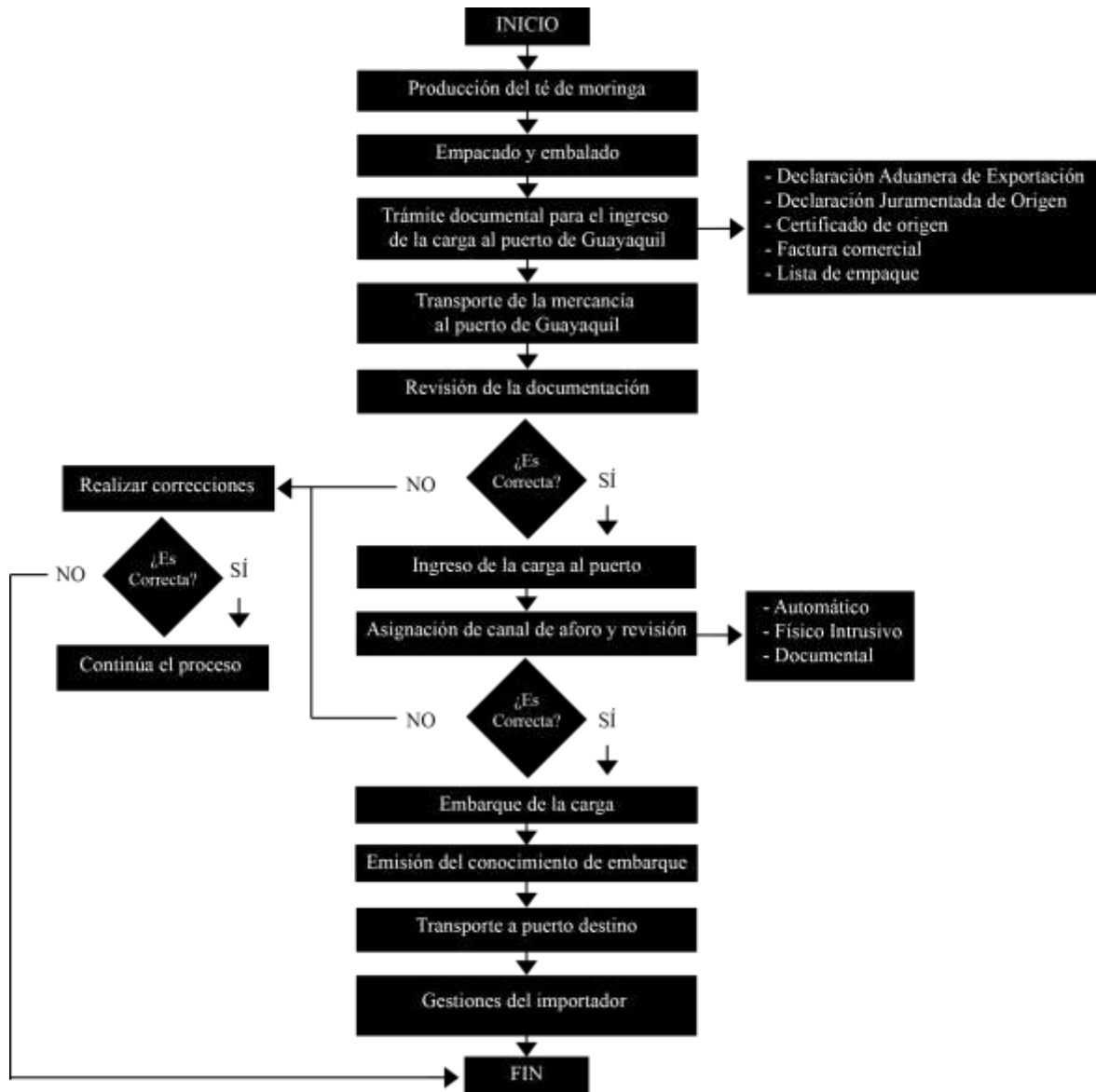
En la etapa de embarque, la salida del medio de transporte implica diversos pasos, como el depósito, que puede ser en un lugar designado o en la Zona Primaria en distritos donde no haya un depósito concesionado. Asimismo, se procede a la emisión del documento de transporte.

En la fase post embarque, el Manifiesto de Carga se elabora en un plazo de hasta 48 horas después de la salida del medio de transporte en el caso de exportaciones marítimas. Se permiten correcciones a la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) dentro de los 30 días posteriores a la salida autorizada, en caso de que la DAE no esté regularizada.

La regularización de la DAE tiene lugar una vez que el transportista ha generado el manifiesto de carga (MRN). Este proceso implica la culminación del estado de la declaración aduanera de exportación, confirmando que se han cumplido todas las formalidades aduaneras necesarias para llevar a cabo la exportación de las mercancías. Es un paso crucial que certifica la finalización exitosa del proceso de exportación.

**Figura 6.**

Flujograma de procesos de exportación de moringa a EEUU.



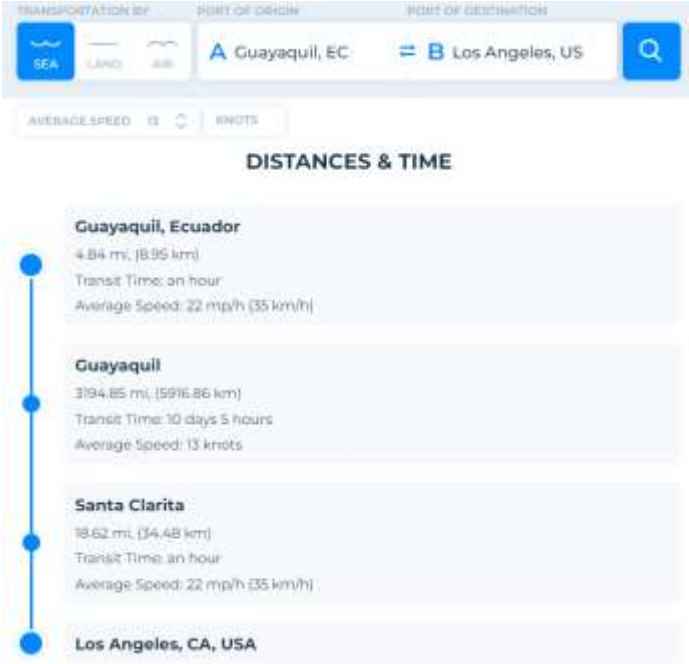
Nota. Este gráfico presenta el flujograma de procesos de exportación desde la producción de la moringa hasta las gestiones del importador.

Es importante destacar que, dado que la empresa carece de experiencia en el ámbito de la exportación, se toma la decisión de contratar los servicios de un agente de aduana. Esta elección se realiza con el objetivo de garantizar eficiencia en el proceso, especialmente en lo concerniente a la generación de los documentos necesarios para llevar a cabo la exportación de manera adecuada. La contratación de un agente de aduana se considera fundamental para obtener

asesoramiento experto y asegurar la conformidad con los requisitos aduaneros, facilitando así el proceso para la empresa no experimentada en exportaciones.

Por otro lado, como parte de los tiempos de tránsito, se detalla que desde el Puerto de Guayaquil hasta el puerto de Los Ángeles se toma diez días y cinco horas (Searates, 2024).

**Figura 7.**  
Distancia-tránsito Puerto de GYE a Los Ángeles, EEUU.



Nota. Este gráfico representa la distancia desde el Puerto de Guayaquil hacia Los Ángeles EEUU.

Así mismo, los costos de exportación corresponden a:

**Tabla 4.**

*Costos de exportación*

<b>Costo contenedor FCL</b>	
Contenedor 20'seco	USD 1.100
Contenedor 40'seco	USD 1.500
Contenedor 40'refrigerado	USD 2.500
Aéreo	
<b>GYE-Los Ángeles</b>	Carga general 3 días de tránsito USD3.30
Ecuador – EEUU	Paquete (vía courier). Costo por 20 kg USD 430

Nota. Esta tabla presenta los costos por tipos de contenedores y modalidades de transporte.

### **Canales de distribución y estrategias de marketing**

La distribución de hojas de moringa hacia Estados Unidos se aborda mediante diversos canales estratégicos que buscan maximizar la presencia en el mercado y llegar eficientemente a los consumidores interesados. Un enfoque primordial es la venta directa a minoristas especializados en productos naturales y saludables. Establecer relaciones sólidas con estas tiendas permite un contacto directo con consumidores que buscan opciones nutritivas y naturales, como la moringa.

Además, la colaboración con distribuidores mayoristas especializados en productos naturales se presenta como una estrategia clave. Estos mayoristas tienen la capacidad de llegar a una amplia red de minoristas en todo el país, facilitando la expansión del alcance de Nature Moringa S.A. y sus productos. Asimismo, la presencia en plataformas de comercio electrónico

populares en Estados Unidos es esencial. Vender directamente en línea ofrece conveniencia a los consumidores y permite llegar a un mercado nacional de manera efectiva.

La inclusión de los productos de Nature Moringa S.A. en cadenas de supermercados y tiendas de alimentos saludables es otra vía importante. Al establecer acuerdos con estas cadenas, la visibilidad de las hojas de moringa se incrementa significativamente. La participación en ferias y eventos del sector, centrados en la salud y la alimentación saludable, proporciona oportunidades para exhibir los productos y establecer conexiones directas con compradores y consumidores interesados.

En términos de colaboración estratégica, la exploración de alianzas con empresas que ofrezcan productos complementarios en el mercado saludable puede ser beneficiosa. Estas asociaciones pueden ampliar la presencia en el mercado y generar sinergias. Además, es fundamental establecer alianzas con empresas de logística y distribución para garantizar una cadena de suministro eficiente y oportuna, asegurando la frescura de los productos.

Finalmente, aprovechar los programas de exportación e importación existentes entre Ecuador y Estados Unidos facilita los trámites aduaneros y logísticos. La combinación cuidadosa de estos canales adaptados a las características específicas de Nature Moringa S.A. optimiza la distribución de hojas de moringa en el mercado estadounidense.

### **Estrategias de marketing y posicionamiento**

Para posicionar con éxito las hojas de moringa de Nature Moringa S.A. en el mercado estadounidense, se deben implementar estrategias de marketing y posicionamiento que destaquen los aspectos únicos y beneficiosos del producto. En primer lugar, es fundamental enfocarse en comunicar y resaltar los beneficios para la salud de la moringa. Una campaña de marketing robusta puede educar al consumidor sobre las propiedades nutricionales y medicinales de la moringa, presentándola como una opción esencial para un estilo de vida saludable.

La historia de la marca y el origen son elementos clave en la construcción de una conexión emocional con los consumidores. Nature Moringa S.A. puede crear una narrativa envolvente que destaque su compromiso con la salud y la sostenibilidad, resaltando especialmente el origen natural de la moringa cultivada en Ecuador. Esta estrategia capitaliza la

creciente preferencia de los consumidores estadounidenses por productos auténticos y de origen natural.

En el ámbito digital, se deben aprovechar las oportunidades que ofrece el marketing digital y las redes sociales. La empresa puede desarrollar campañas publicitarias en plataformas como Instagram y Facebook, utilizando contenido visual atractivo, testimonios de clientes y recetas que muestren diversas formas de incorporar hojas de moringa en la dieta diaria. La colaboración con influenciadores de la industria de la salud y el bienestar puede amplificar la visibilidad de los productos de moringa. Asociarse con figuras respetadas en estos campos puede generar confianza y credibilidad entre los consumidores, destacando la moringa como una opción confiable y beneficiosa.

La diferenciación a través del diseño de empaque es crucial. Un empaque atractivo y distintivo no solo protege la frescura y calidad del producto, sino que también sirve como una herramienta de marketing efectiva. La información clara sobre los beneficios de la moringa y su uso puede ser un factor decisivo para los consumidores en el punto de venta.

La obtención de certificaciones orgánicas y de calidad reconocidas en Estados Unidos fortalecen la posición de Nature Moringa S.A. en el mercado. Estas certificaciones deben ser comunicadas claramente en el empaque y en todas las estrategias de marketing para construir confianza y atraer a consumidores preocupados por la calidad y la autenticidad.

La participación activa en eventos y ferias relacionadas con la salud y la alimentación saludable proporciona una oportunidad única para la interacción directa con consumidores y compradores potenciales. Estos eventos son plataformas efectivas para mostrar los productos de moringa, recibir retroalimentación en tiempo real y establecer conexiones directas con el mercado. La implementación de programas de fidelización y descuentos, junto con la oferta de paquetes promocionales, puede incentivar la prueba y lealtad hacia los productos de moringa. Estas estrategias buscan construir una base de clientes sólida y fomentar la repetición de compra.

Finalmente, destacar testimonios y reseñas de clientes satisfechos en el sitio web y en materiales de marketing refuerza la reputación de la marca. La experiencia positiva de otros consumidores puede ser un poderoso impulsor de la confianza del cliente y la preferencia por los productos de moringa de Nature Moringa S.A. En conjunto, estas estrategias forman un enfoque



integral para ingresar y destacarse en el competitivo mercado de hojas de moringa en Estados Unidos.

**Plan de factibilidad financiera**

**Presupuesto de inversión**

**Tabla 5.**

*Estado de Situación Inicial.*

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos Circulantes</b>		<b>15.980,12</b>	<b>Pasivos a Corto Plazo</b>
Caja Chica	500,00	Documentos por Pagar	5.158,16
Bancos	4.500,00		
Suministros de oficina	150,00		
Capital de Trabajo	10.830,12		
		<b>Pasivos a Largo Plazo</b>	<b>32.316,42</b>
<b>Activos Fijos</b>	<b>37.555,00</b>	Prestamos Bancarios	32.316,42
Edificios	-		
Equipos de Computo	2.455,00		
Muebles y Enseres	1.800,00		
Equipos de Oficina	800,00		
Vehículos	19.990,00		
Maquinarias	11.010,00		
Gastos de Constitución	1.500,00		
		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>37.474,59</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	<b>16.060,54</b>
		Capital Social	16.060,54
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 53.535,12</b>	<b>PASIVOS+PATRIMONIO</b>	<b>53.535,12</b>

Nota. El análisis del Estado de Situación Inicial refleja la posición financiera de la empresa, proporcionando una instantánea de sus activos, pasivos y patrimonio en un momento específico. En el lado de los activos, se observa que la empresa cuenta con un total de \$ 53,535.12. Estos activos se dividen en activos circulantes y activos fijos.

En el caso de los activos circulantes, la empresa tiene \$ 15,980.12, compuestos por una caja chica de \$ 500.00, saldos bancarios por \$ 4,500.00 y suministros de oficina por \$ 150.00. El capital de trabajo resultante es de \$ 10,830.12, lo que indica la disponibilidad de recursos para operaciones a corto plazo.

Por otro lado, los activos fijos representan la inversión a largo plazo de la empresa y suman \$ 37,555.00. Estos activos incluyen edificios, equipos de cómputo, muebles y enseres, vehículos, maquinarias y los gastos de constitución. Estos activos fijos proporcionan la base para las operaciones continuas y el crecimiento futuro.

En cuanto a los pasivos, se dividen en pasivos a corto plazo, que ascienden a \$ 5,158.16, y pasivos a largo plazo, que totalizan \$ 32,316.42. Los pasivos a corto plazo incluyen documentos por pagar, mientras que los pasivos a largo plazo están compuestos por préstamos bancarios. La suma de los pasivos es de \$ 37,474.59.

Finalmente, el patrimonio de la empresa, representado por el capital social, asciende a \$ 16,060.54. Este constituye la diferencia entre los activos y los pasivos, mostrando la inversión de los propietarios en la empresa.

## Financiamiento

**Tabla 6.**

*Condiciones del préstamo, activos fijos.*

<b>CONDICIONES</b>	<b>Banco</b>
<b>MONTO DEL PRÉSTAMO</b>	<b>26.288,50</b>
<b>TASA EFECTIVA ANUAL ( %)</b>	<b>10,35 %</b>
<b>AÑOS</b>	<b>5</b>
<b>FRECUENCIA DE PAGOS</b>	<b>12</b>
<b>TASA PERIODO ( %)</b>	<b>0,86 %</b>
<b>Nº DE PAGOS A EFECTUAR</b>	<b>60</b>

Nota. El análisis detallado de los préstamos otorgados por el banco proporciona una visión integral de la carga financiera asociada con la adquisición de activos fijos y el capital de trabajo.

**Tabla 7.***Condiciones del préstamo, capital de trabajo*

<b>CONDICIONES</b>	<b>Banco</b>
<b>MONTO DEL PRÉSTAMO</b>	<b>11.186,09</b>
<b>TASA EFECTIVA ANUAL ( %)</b>	<b>10,35 %</b>
<b>AÑOS</b>	<b>3</b>
<b>FRECUENCIA DE PAGOS</b>	<b>12</b>
<b>TASA PERIODO ( %)</b>	<b>0,86 %</b>
<b>Nº DE PAGOS A EFECTUAR</b>	<b>36</b>

Nota. El análisis detallado de los préstamos otorgados por el banco proporciona una visión integral de la carga financiera asociada con la adquisición de activos fijos y el capital de trabajo.

**Tabla 8.***Tabla resumen de los préstamos.*

<b>TABLA RESUMEN DE LOS PRESTAMOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>TOTAL PAGADO</b>
<b>1</b>	<b>5.158,16</b>	<b>3.765,61</b>	<b>8.923,78</b>
<b>2</b>	<b>10.316,32</b>	<b>2.854,02</b>	<b>13.170,34</b>
<b>3</b>	<b>10.316,32</b>	<b>1.786,78</b>	<b>12.103,11</b>
<b>4</b>	<b>5.841,89</b>	<b>931,71</b>	<b>6.773,59</b>
<b>5</b>	<b>5.841,89</b>	<b>327,36</b>	<b>6.169,24</b>
<b>TOTAL PAGADO</b>	<b>37.474,59</b>	<b>9.665,48</b>	<b>47.140,06</b>

Nota. La tabla muestra que en el caso del préstamo para activos fijos, cuyo monto asciende a \$ 26,288.50 con una tasa efectiva anual del 10.35 % distribuida en un período de 5 años, se observa un desglose anual que revela un total pagado de \$ 47,140.06, con \$ 9,665.48 destinados a intereses. Este préstamo, que implica pagos mensuales, demanda un compromiso financiero a largo plazo.

Por otro lado, el préstamo destinado al capital de trabajo, con un monto de \$ 11,186.09 y condiciones similares en términos de tasa y frecuencia de pagos, presenta un período de reembolso de 3 años. El análisis anual muestra un total pagado de \$ 21,836.65, con \$ 5,665.48 destinados a intereses. Aunque el capital de trabajo involucra una carga financiera menor en

comparación con los activos fijos, su influencia en la liquidez y solvencia de la empresa también es notable.

En conjunto, estos préstamos constituyen una inversión significativa para la empresa. La evaluación cuidadosa de la capacidad financiera para afrontar estos compromisos a lo largo del tiempo es esencial para garantizar la estabilidad económica y el crecimiento sostenible de la empresa.

### Gastos de ventas, administrativos y de exportación

**Tabla 9.**

*Presupuesto de gastos administrativos anual.*

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ANUAL
	3.380,0	3.380,0	3.380,0		3.380,0		3.380,0	3.380,0	3.380,0	3.380,0	3.380,0	3.380,0	40.560,0
<b>Sueldos</b>	0	0	0	3.380,00	0	3.380,00	0	0	0	0	0	0	0
<b>13 sueldo</b>	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	281,67	3.380,00
<b>14 sueldo</b>	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	193,00	2.316,00
<b>Vacaciones</b>	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	140,83	1.690,00
<b>Fondos Reserva</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Aporte Patronal</b>	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	410,67	4.928,04
<b>Servicios Básicos</b>	280,00	281,40	282,81	284,22	285,64	287,07	288,51	289,95	291,40	292,85	294,32	295,79	3.453,96
<b>Suministros</b>	75,00	75,38	75,75	76,13	76,51	76,89	77,28	77,66	78,05	78,44	78,84	79,23	925,17
<b>Arriendos</b>	300,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.400,00
<b>Depreciación A/F</b>	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	453,00	5.436,05
<b>Amortización A/D</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	5.514,1	5.315,9	5.317,7		5.321,3		5.324,9	5.326,7	5.328,6	5.330,4	5.332,3	5.334,1	64.089,2
<b>TOTAL</b>	7	5	3	5.319,53	3	5.323,14	6	9	3	7	3	9	2

Nota. El presupuesto de gastos administrativos para el primer año del Proyecto de Hojas de Moringa contempla diversos aspectos esenciales para la gestión eficiente de la empresa. En cuanto a los sueldos, se destinan \$ 40,560.00 anuales para cubrir los salarios del personal. Además, se consideran beneficios

adicionales, como el 13° y 14° sueldo, vacaciones, fondos de reserva y aporte patronal, totalizando \$ 11,924.04 anuales, asegurando así un entorno laboral favorable.

En términos de costos operativos, los servicios básicos, que abarcan agua, luz y otros servicios esenciales, suman \$ 3,453.96 anuales. Asimismo, los suministros, que engloban materiales de oficina y otros insumos necesarios, representan \$ 925.17 anuales. El gasto asociado al arriendo de instalaciones se estima en \$ 1,400.00 anuales, contribuyendo al espacio necesario para las operaciones.

La depreciación de activos fijos, como edificios, equipos y maquinarias, constituye un componente significativo del presupuesto, ascendiendo a \$ 5,436.05 anuales. Cabe destacar que la amortización de deudas no está contemplada en este período, reflejando un endeudamiento nulo en el primer año del proyecto.

**Tabla 10.**

*Presupuesto de gastos de ventas anual.*

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ANUAL
<b>Sueldos</b>	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
<b>Movilización</b>	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	1.440,00
<b>13 sueldo</b>	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
<b>14 sueldo</b>	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	32,17	386,00
<b>Vacaciones</b>	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
<b>Aporte Patronal</b>	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	72,90	874,80
<b>Viaticos</b>	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
<b>Alimentación</b>	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00
<b>Suministros y Apoyo Publicitario</b>	300,00	300,00	301,50	303,01	304,52	306,05	307,58	309,11	310,66	312,21	313,77	315,34	3.683,75
<b>Publicidad</b>	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.270,07</b>	<b>2.270,07</b>	<b>2.271,57</b>	<b>2.273,07</b>	<b>2.274,59</b>	<b>2.276,11</b>	<b>2.277,64</b>	<b>2.279,18</b>	<b>2.280,73</b>	<b>2.282,28</b>	<b>2.283,84</b>	<b>2.285,41</b>	<b>27.324,55</b>

Nota. El presupuesto de gastos en ventas para el primer año del proyecto de hojas de moringa refleja la planificación detallada de los costos asociados con la gestión de la fuerza de ventas y la promoción de los productos.

En términos de recursos humanos, se destina un presupuesto de \$ 7,200.00 anuales para sueldos, incorporando beneficios como el 13° y 14° sueldo, vacaciones, aporte patronal y movilización. Esta asignación garantiza una compensación justa y beneficios para el equipo de ventas, contribuyendo a su motivación y rendimiento.

Además, se contempla un presupuesto mensual de \$ 500.00 para viáticos y \$ 70.00 para alimentación por empleado. Estos fondos están destinados a cubrir los gastos asociados con viajes y actividades de ventas, asegurando la movilidad y el bienestar del personal involucrado en las operaciones de venta.

Otro componente importante es el rubro de suministros y apoyo publicitario, con un presupuesto inicial de \$ 300.00 y un aumento progresivo cada mes. Esta categoría abarca los recursos necesarios para actividades de ventas, promoción y eventos, proporcionando el respaldo necesario para el desempeño efectivo del equipo.

La publicidad también recibe atención con un presupuesto fijo mensual de \$ 500.00. Este fondo se destina a actividades publicitarias continuas, garantizando la presencia constante de la marca en diversos medios y eventos promocionales. Este enfoque estratégico contribuye significativamente a la visibilidad del producto en el mercado.

**Tabla 11.***Presupuesto de gastos de exportación anual.*

<b>CUENTAS</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Certificado de origen</b>	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	110,00
<b>Certificado firma electrónica Ecuapass</b>	27,00	-			-					-			-
<b>Transporte terrestre Courier DHL (envío documentos)</b>	400,00	400,00	400,00	400,00	200,00	400,00	400,00	400,00	400,00	200,00	400,00	400,00	4.000,00
<b>Sanitización Gestiones Portuarias Paletización y Cajas Costo del Flete Marítimo</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	50,00	100,00	100,00	100,00	100,00	50,00	100,00	100,00	1.000,00
	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.200,00
	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	880,00
			7.000,00			7.000,00			7.000,00			7.000,00	28.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>917,00</b>	<b>890,00</b>	<b>7.890,00</b>	<b>890,00</b>	<b>640,00</b>	<b>7.890,00</b>	<b>890,00</b>	<b>890,00</b>	<b>7.890,00</b>	<b>640,00</b>	<b>890,00</b>	<b>7.890,00</b>	<b>38.207,00</b>

Nota. El presupuesto de gastos de exportación para el primer año del proyecto de hojas de moringa abarca diversos aspectos relacionados con la logística y trámites necesarios para llevar a cabo la exportación de los productos.

En cuanto a la documentación, se asigna un monto mensual de \$ 10.00 para el certificado de origen, asegurando la conformidad con los requisitos legales de exportación. Además, se contempla un gasto de \$ 27.00 en enero para el certificado de firma electrónica Ecuapass, esencial en los procesos aduaneros.

En lo que respecta al transporte y la logística, se destinan \$ 400.00 mensuales para el transporte terrestre, siendo mayo una excepción con una reducción a \$ 200.00. Esto cubre el traslado de los productos hacia los puntos de exportación. Asimismo, se asignan \$ 100.00 mensuales para el servicio de courier DHL, utilizado para el envío seguro de documentos relevantes. La sanitización, con un costo de \$ 100.00 mensuales, es una medida indispensable para garantizar estándares de calidad y seguridad, con una disminución a \$ 50.00 en mayo.

Los gastos asociados con las gestiones portuarias se estiman en \$ 200.00 mensuales, abarcando los trámites necesarios en los puertos de exportación. En cuanto al embalaje, se destina un presupuesto de \$ 80.00 mensuales para la paletización y cajas, asegurando un adecuado acondicionamiento de los productos para su transporte. El componente más significativo es el flete marítimo, con un costo fijo mensual de \$ 7,000.00, totalizando \$ 28,000.00 en el año. Este componente cubre el transporte por vía marítima hacia los destinos de exportación.



## Estado de Resultados Integrales

**Tabla 12.**

*Estado de Resultados Integrales*

<b>ESTADO DE RESULTADOS O PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO 2018</b>					
<b>VENTAS (DESGLOSE)</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
<b>Ventas Realizadas</b>	232.243,20	236.888,06	241.625,83	246.458,34	251.387,51
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>232.243,20</b>	<b>236.888,06</b>	<b>241.625,83</b>	<b>246.458,34</b>	<b>251.387,51</b>
<b>Costo de Ventas Realizadas</b>	93.139,20	95.001,98	96.902,02	98.840,06	100.816,87
<b>(-) TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>93.139,20</b>	<b>95.001,98</b>	<b>96.902,02</b>	<b>98.840,06</b>	<b>100.816,87</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>139.104,00</b>	<b>141.886,08</b>	<b>144.723,80</b>	<b>147.618,28</b>	<b>150.570,64</b>
<b>(-) Gastos Operativos</b>	<b>129.620,77</b>	<b>125.707,68</b>	<b>123.821,77</b>	<b>123.493,58</b>	<b>124.323,99</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	64.089,22	67.293,68	70.658,36	74.191,28	77.900,85
<b>Gastos Ventas</b>	27.324,55	20.234,00	14.983,40	11.095,30	8.216,14
<b>Gastos de Exportación</b>	38.207,00	38.180,00	38.180,00	38.207,00	38.207,00
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>9.483,23</b>	<b>16.178,40</b>	<b>20.902,04</b>	<b>24.124,69</b>	<b>26.246,66</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>	<b>3.765,61</b>	<b>2.854,02</b>	<b>1.786,78</b>	<b>931,71</b>	<b>327,36</b>
<b>Utilidad antes de Reparto</b>	<b>5.717,62</b>	<b>13.324,38</b>	<b>19.115,25</b>	<b>23.192,99</b>	<b>25.919,30</b>
<b>(-) Impuesto por utilidades a Trabajadores</b>	857,64	1.998,66	2.867,29	3.478,95	3.887,90
<b>Utilidad antes de Impto./Renta</b>	<b>4.859,98</b>	<b>11.325,73</b>	<b>16.247,96</b>	<b>19.714,04</b>	<b>22.031,41</b>
<b>(-) Impuesto a la Renta</b>	1.214,99	2.831,43	4.061,99	4.928,51	5.507,85
<b>Utilidad antes de Reservas</b>	<b>3.644,98</b>	<b>8.494,29</b>	<b>12.185,97</b>	<b>14.785,53</b>	<b>16.523,55</b>
<b>(-) Reserva Legal</b>	364,50	849,43	1.218,60	1.478,55	1.652,36
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>3.280,48</b>	<b>7.644,87</b>	<b>10.967,38</b>	<b>13.306,98</b>	<b>14.871,20</b>

Nota. El estado de resultados proyectado para el período 2024-2028 revela una visión integral de las operaciones y las perspectivas financieras de la empresa. En cuanto a las ventas, se observa un crecimiento constante a lo largo de los años, partiendo de \$ 232,243.20 en 2022 y alcanzando \$

251,387.51 en 2026. Este aumento refleja la proyección de un incremento en la comercialización de hojas de moringa.

La utilidad bruta, que representa la diferencia entre las ventas y los costos asociados, muestra una tendencia positiva. La empresa demuestra eficacia en la gestión de sus operaciones, manteniendo un margen positivo. Los gastos operativos presentan cierta variabilidad, pero en general, se proyecta que la empresa pueda controlar estos costos. Los gastos administrativos, gastos de ventas y gastos de exportación se mantienen en niveles que permiten una utilidad operacional positiva.

Los gastos financieros, vinculados a préstamos o financiamientos, exhiben una tendencia a la baja, indicando una mayor eficiencia financiera y una reducción progresiva de estos costos. La utilidad antes de impuestos refleja el resultado neto después de descontar los gastos operativos de la utilidad bruta, y muestra un crecimiento sostenido, evidenciando un buen desempeño operativo de la empresa.

Los impuestos a la renta aumentan conforme lo hace la utilidad, cumpliendo con las obligaciones fiscales correspondientes. La reserva legal, por su parte, se mantiene proporcional a la utilidad, cumpliendo con las disposiciones legales.

## Flujo de caja, TIR, VAN

**Tabla 13.**

Flujo de Caja, TIR, VAN.

AÑOS	0	1	2	3	4	5
<b>a) Ingresos Operacionales</b>		<b>232.243,20</b>	<b>236.888,06</b>	<b>241.625,83</b>	<b>246.458,34</b>	<b>251.387,51</b>
Recuperación de Ventas		232.243,20	236.888,06	241.625,83	246.458,34	251.387,51
<b>b) Egresos Operacionales</b>		<b>222.759,97</b>	<b>220.709,66</b>	<b>220.723,79</b>	<b>222.333,65</b>	<b>225.140,85</b>
Costo de Producción		93.139,20	95.001,98	96.902,02	98.840,06	100.816,87
Gastos Administrativos		64.089,22	67.293,68	70.658,36	74.191,28	77.900,85
Gastos de Ventas		27.324,55	20.234,00	14.983,40	11.095,30	8.216,14
Otros		38.207,00	38.180,00	38.180,00	38.207,00	38.207,00
<b>c) Flujo de Caja Operacional ( a-b)</b>		<b>9.483,23</b>	<b>16.178,40</b>	<b>20.902,04</b>	<b>24.124,69</b>	<b>26.246,66</b>
<b>d) Ingresos NO Operacionales</b>	<b>53.535,12</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Aportación de Accionistas	<b>16.060,54</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos Bancarios	<b>37.474,59</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>e) Egresos NO Operacional</b>	<b>53.535,12</b>	<b>8.923,78</b>	<b>15.242,98</b>	<b>16.933,20</b>	<b>13.702,87</b>	<b>14.576,70</b>
Gastos Financieros		3.765,61	2.854,02	1.786,78	931,71	327,36
Amortización de Capital		5.158,16	10.316,32	10.316,32	5.841,89	5.841,89
<i>Beneficios de los Trabajadores</i>			857,64	1.998,66	2.867,29	3.478,95
<i>Impuestos - SRI</i>			1.214,99	2.831,43	4.061,99	4.928,51
<b>Presupuesto de Capital Inicial:</b>	<b>53.535,12</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Activos Fijos</i>	<b>37.555,00</b>					
<i>Capital de Trabajo</i>	<b>15.980,12</b>					
<i>Activos Diferidos</i>	<b>0,00</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>F) Flujo de Caja NO Operacional ( d-e)</b>	<b>0,00</b>	<b>-8.923,78</b>	<b>-15.242,98</b>	<b>-16.933,20</b>	<b>-13.702,87</b>	<b>-14.576,70</b>
<b>G) Flujo de Caja NETO ( c+f )</b>		<b>559,46</b>	<b>935,42</b>	<b>3.968,84</b>	<b>10.421,82</b>	<b>11.669,95</b>
h) Flujo de Caja Inicial		<i>0,00</i>	<i>559,46</i>	<i>1.494,88</i>	<i>5.463,72</i>	<i>15.885,54</i>
<b>i) Flujo de Caja Final (g+h)</b>	<b>0,00</b>	<b>559,46</b>	<b>1.494,88</b>	<b>5.463,72</b>	<b>15.885,54</b>	<b>27.555,49</b>

Nota. La tabla refleja el flujo de caja proyectado para el proyecto de hojas de moringa presenta una detallada estimación de ingresos y egresos a lo largo de cinco años. En términos de ingresos operacionales (a), se anticipa un crecimiento constante en las ventas, alcanzando los \$ 251,387.51 en el

quinto año. Por otro lado, los egresos operacionales (b) engloban costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas y otros, totalizando \$ 225,140.85 en el quinto año.

El flujo de caja operacional (c) resultante muestra una tendencia positiva, indicando la capacidad del proyecto para generar efectivo a partir de sus operaciones principales. Se proyecta que este flujo operacional aumente de manera sostenida, llegando a \$ 26,246.66 en el quinto año.

Los ingresos no operacionales (d), que incluyen aportaciones de accionistas y préstamos bancarios, suman \$ 53,535.12 en el primer año. Sin embargo, los egresos no operacionales (e), que abarcan gastos financieros, amortización de capital, beneficios de los trabajadores e impuestos, ascienden a \$ 53,535.12 en el primer año y disminuyen en los años siguientes.

El flujo de caja no operacional (f) refleja el balance entre los ingresos y egresos no relacionados con las operaciones centrales del negocio. A pesar de ser negativo en los primeros años debido a los préstamos y gastos asociados, se espera que se vuelva positivo en los años posteriores.

El flujo de caja neto (g) es la suma del flujo de caja operacional y no operacional, indicando la disponibilidad total de efectivo generado o utilizado por el proyecto. Se espera que este sea positivo a partir del segundo año, evidenciando una sólida capacidad para generar liquidez.

El flujo de caja inicial (h) representa el efectivo disponible al inicio de cada año, mientras que el flujo de caja final (i) es la suma del flujo de caja neto y el flujo de caja inicial, proporcionando una visión completa de la disponibilidad de efectivo al final de cada año. En base a lo anterior, el flujo de caja proyectado demuestra la solidez financiera del proyecto y su capacidad para generar recursos para su desarrollo y crecimiento.

**Tabla 14.***TIR, VAN, PAYBACK PERIOD*

<b>INVERSIONES</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Activos Fijos	37.555,00					
Capital de Trabajo	15.980,12					
Otros	0,00					
Flujo de Caja Operativo	0,00	9.483,23	16.178,40	20.902,04	24.124,69	26.246,66
<b>Flujo de Caja NETO</b>	<b>-53.535,12</b>	<b>9.483,23</b>	<b>16.178,40</b>	<b>20.902,04</b>	<b>24.124,69</b>	<b>26.246,66</b>
<b>Flujo de Caja</b>						
<b>Acumulado</b>	<b>-53.535,12</b>	<b>-44.051,89</b>	<b>-27.873,49</b>	<b>-6.971,46</b>	<b>17.153,24</b>	<b>43.399,89</b>

<b>TASA INTERNA DE</b>		
<b>RETORNO FINANCIERA</b>	<b>51,47 %</b>	<b>PERIODO DE</b>
	<b>\$</b>	
<b>VALOR ACTUAL NETO,</b>	<b>177.103,1</b>	<b>RECUPERACIÓ</b>
<b>VAN</b>	<b>6</b>	<b>N</b>
<b>PAYBACK PERIOD</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>DE LA</b>
		<b>INVERSIÓN</b>

Nota. La table muestra la sección de inversiones presenta una desglose detallado de los desembolsos financieros durante los primeros cinco años del proyecto de hojas de moringa. Los activos fijos, representados por una inversión de \$ 37,555.00, y el capital de trabajo, con una suma de \$ 15,980.12, constituyen los principales elementos de inversión durante el primer año.

El flujo de caja operativo muestra la generación de efectivo derivada de las operaciones centrales del negocio. En el primer año, se registra un flujo negativo de \$ 53,535.12, lo cual es atribuible a los desembolsos iniciales y a los gastos asociados al inicio del proyecto. Sin embargo, a partir del segundo año, el flujo de caja neto es positivo, indicando que las operaciones están generando más efectivo del que se está utilizando. A lo largo de los cinco años, se proyecta un aumento continuo en el flujo de caja neto, llegando a \$ 26,246.66 en el quinto año.

El flujo de caja acumulado refleja la acumulación de efectivo neto a lo largo del tiempo. A pesar del flujo negativo inicial, se espera una progresiva acumulación positiva, alcanzando \$ 43,399.89 al final del quinto año.

La tasa interna de retorno financiera (TIR) se estima en un 51.47 %, lo cual sugiere que el proyecto tiene la capacidad de generar rendimientos financieros significativos. El valor actual neto (VAN) de \$ 177,103.16 y el período de recuperación de la inversión en el cuarto año son indicadores adicionales de la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Es así que, la sección de inversiones y análisis financiero revela una perspectiva positiva para el proyecto de hojas de moringa, demostrando que las inversiones iniciales se traducen en beneficios financieros a medida que el proyecto se desarrolle.

## Conclusiones

Analizando las teorías planteadas en el presente documento, se ha adoptado la Teoría de la Ventaja Competitiva, destacando las propiedades únicas del producto, se ha enfocado en diferenciación y calidad para lograr una posición sólida en un mercado competitivo. La estrategia se ha centrado en maximizar la competitividad, tanto en términos de atractivo para los consumidores como en eficiencia de costos, guiándose hacia decisiones estratégicas fundamentadas para el éxito y sostenibilidad del proyecto.

El análisis PESTEL y PORTER proporciona una sólida base teórica para respaldar el plan de exportación de hojas de moringa desde Ecuador a los Estados Unidos. Las teorías destacan la importancia de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ambientales, subrayando la necesidad de diferenciación y calidad para competir con éxito en el mercado estadounidense.

La metodología cualitativa, mediante herramientas como entrevistas y observación, demostró ser efectiva para analizar y comprender las complejidades de las exportaciones de moringa. Esta técnica permitió identificar obstáculos, evolución de las exportaciones y estrategias a implementar, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones.

Los análisis PESTEL y PORTER proporcionaron información crucial para la elaboración del plan de exportación. Se enfatiza la necesidad de considerar aspectos socioculturales, tecnológicos, y ambientales, y se sugieren acciones prácticas como la optimización de la cadena de suministro y la diversificación de canales de distribución.

Los resultados indican que el proyecto es viable financieramente, con un TIR del 51,47 % y un VAN de \$ 177,103.16. Estos indicadores respaldan la rentabilidad a largo plazo del plan de exportación de hojas de moringa hacia el mercado estadounidense.

El análisis PESTEL y PORTER destaca la importancia de la diferenciación y calidad del producto en la exportación de moringa a los Estados Unidos, considerando las complejidades políticas, económicas, sociales, tecnológicas, legales y ambientales. Se identifican acciones prácticas para mejorar la eficiencia operativa, como la optimización de la cadena de suministro, diversificación de canales de distribución y colaboración con socios logísticos confiables.

Además, la adaptación proactiva a regulaciones cambiantes y la implementación de tecnologías avanzadas son esenciales. En el ámbito de marketing, se destaca la necesidad de comunicar los beneficios únicos del producto y participar en eventos relevantes para fortalecer la posición competitiva. En conjunto, estas estrategias buscan aprovechar oportunidades y enfrentar desafíos en el mercado de exportación de hojas de moringa.



## **Recomendaciones**

Basándose en los análisis realizados y los resultados obtenidos, se pueden formular varias recomendaciones clave para optimizar el éxito del proyecto de exportación de hojas de moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos.

En primer lugar, es esencial que la empresa optimice su cadena de suministro. Evaluar la eficiencia de los procesos logísticos y buscar mejoras en la distribución garantizan la frescura y calidad del producto durante toda la exportación. Además, considerar la diversificación de canales de distribución, como colaboraciones con distribuidores locales y la posibilidad de ventas en línea, permite alcanzar un público más amplio y aprovechar diferentes segmentos del mercado.

La colaboración estrecha con socios logísticos confiables es fundamental. Fortalecer las relaciones con ellos se ayuda a abordar desafíos logísticos y mantener la eficiencia operativa. Asimismo, explorar oportunidades de colaboración con otras empresas del sector puede ser beneficioso, especialmente en áreas donde puedan surgir barreras, permitiendo compartir conocimientos y recursos para superar desafíos comunes.

La empresa debe mantenerse al tanto de las regulaciones y normativas en constante evolución. Adaptar proactivamente los procesos y políticas internas para cumplir con los nuevos requisitos se asegura el cumplimiento normativo y se evita posibles obstáculos legales en la exportación de moringa hacia los Estados Unidos.

En el ámbito tecnológico, la implementación de tecnologías avanzadas, como sistemas de monitoreo en tiempo real, tecnologías de información y comunicación, o soluciones de cadena de bloques, puede mejorar la eficiencia en la producción y distribución, así como garantizar la calidad y transparencia del producto.

En términos de marketing, destacar la calidad superior de las hojas de moringa y comunicar los beneficios únicos de los productos es crucial. Desarrollar estrategias de marketing diferenciadas en un mercado competitivo y participar en ferias o eventos relevantes ayuda a ampliar la visibilidad de la marca y atraer a los consumidores.

## Bibliografía

- Agencia Europea para la seguridad y la Salud en el Trabajo. (01 de 01 de 2023). *Herramientas electrónicas en seguridad y salud en el trabajo*. Obtenido de OSHA Europa: <https://osha.europa.eu/es/themes/osh-e-tools>
- Arias, M., Alarcón, S., & Feria, J. (2020). Rentabilidad de las empresas agrarias colombianas y sus determinantes sectoriales y de localización. *Revista Espacios*, 41(45), 36-44.
- Asensi, G., Durango, A., & Berruezo, G. (2017). Moringa oleifera: Revisión sobre aplicaciones y usos en alimentos. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 67(2), 12-22. Recuperado el 18 de enero de 2024, de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0004-06222017000200003](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06222017000200003)
- Banco Central del Ecuador. (01 de 01 de 2023). *Informe de la evolución de la economía ecuatoriana en 2022 y perspectivas 2023*. Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu\\_2022pers2023.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2022pers2023.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (01 de 04 de 2023). *Programación macroeconómica sector real 2023-2026*. Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/SectorReal\\_042023.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/SectorReal_042023.pdf)
- Banco Mundial. (05 de 07 de 2023). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Bidima, M. (2018). *Producción y proceso de la moringa*. Madrid: ESIC.
- Carbaugh, R. (2015). *Economía internacional*. México: Cengage Learning.
- Castellano, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Barranquilla: ECOE Ediciones; Universidad del Norte.
- Castro, A. (2012). *Manual de exportaciones*. Colombia: Universidad del Rosario .
- Castro, M., & Garayzar, F. (2016). *Proyecto de inversión: Producción y Comercialización de Té de Damiana hacia el mercado de Canadá*. California: Unviersidad Autónoma de Baja California Sur.

- Compliance en la LCSP, de la teoría a la práctica una ventaja competitiva. (2019). *Métricas*, 66-88.
- Cue, A. (2015). *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado*. México: Grupo Editorial Patria.
- El Universo, L. R. (Mayo de 2015). La moringa en Ecuador. Obtenido de <http://www.larevista.ec/orientacion/salud/la-moringa-en-ecuador>
- Galdeano, E., & Godoy, Á. (2018). *Exportaciones y acciones medioambientales: Un enfoque desde la productividad en entidades cooperativas andaluzas*. Almería: Universidad de Almería.
- Gómez, V., & Mejía, J. (2017). *Estudios financiero, de mercadeo y plan de exportación para establecer el estado de operación de la empresa de productos de confección Style Cloth mediante un modelo de producción por maquila*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira Facultad de Ingeniería Industrial.
- Gorretu, P. (2018). *Guia de la moringa*. Madrid: Díaz de Santos.
- Iglesias, A. (2016). *Distribución y logística*. Madrid : ESIC.
- Juez, P., & Diez, F. (2012). *Probabilidad y estadística matemática*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Juniro, M. (2017). *Moringa*. Madrid: Escic.
- Lombana, J., Rozas, S., Corredor, C., Silva, Harold, Castellanos, A., . . . Ortiz, M. (2016). *Negocios internacionales*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- López, C., Vidal, M., & González, C. (2016). *Estrategias de internacionalización de la empresa: Casos prácticos*. Oviedo: Septem Ediciones.
- López, L., & Hernández, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del Cenes*, 40(71), 22-48.
- Macher, I. (2017). *La moringa y sus usos*. Bogotá : Norma.

- Mateo, J. (2017). *Exportación de cáscara deshidratada de limón hacia el mercado de Hamburgo - Alemania*. Obtenido de Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales: <https://docplayer.es/91274831-Exportacion-de-cascara-deshidratada-de-limon-hacia-el-mercado-de-hamburgo-alemania-presentada-por-johanna-cristina-mateo-soriano.html>
- Ministerio de Trabajo. (07 de 07 de 2023). *Seguridad y Salud en el Trabajo*. Obtenido de Seguridad, salud en el trabajo y gestión integral de riesgos: <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (Mayo de 2016). *Ministerio de Transporte y Obras Públicas*. Obtenido de Eficiencia y seguridad en el puerto de Guayaquil: [https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/RE\\_puerto\\_guayaquil.pdf](https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/05/RE_puerto_guayaquil.pdf)
- Montecé, M., Peláez, F., Godoy, V., & Vásquez, F. (01 de mayo de 2021). Sistema de producción y calidad del forraje de Moringa en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 459-470. Recuperado el 18 de enero de 2024, de <https://www.redalyc.org/journal/280/28068276035/html/>
- Naghi, M. (2011). *Investigación de mercados*. Ciudad de México: Limusa.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Harvard Business Publishing, 66-79.
- PRO COLOMBIA. (26 de 07 de 2021). *INCOTERMS 2020*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/incoterms-2020>
- Raez, R., Jomenez, W., & Buitrago, J. (2022). Las teorías de la competitividad, una síntesis. *Revista Republicana*, 31-110.
- Ramírez, M. (2017). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos*. Madrid: Omnia Science.
- Rodríguez, E. (2012). *Metodología de la investigación*. Tabasco : Universidad Juárez de Tabasco.

- Rosero, M. (2015). *Plan de negocios para la comercialización de Moringa en el mercado Canadiense*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Rowlands, C. (2016). *La moringa, el árbol milagroso*. Madrid: ESIC.
- Searates. (19 de enero de 2024). *Distance and time*. Obtenido de <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>
- Segovia, F., Machado, F., & Flores, W. (2019). Teorías del comercio internacional: líderes mundiales a nivel comercial – 2018. *Revista Publicando*, 6(22), 50-62.
- Sorlózano González, M. J. (2018). *Optimización de la cadena logística*. Málaga: IC Editorial.
- Sosa, J. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de banano liofilizado a Alemania*. Obtenido de Fundación Universidad de América: <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/6939/1/6131949-2018-II-NIIE.pdf>
- Tapia, F. (2014). *La solución en el té*. Mexico: Pontes.
- Trade Map. (25 de 07 de 2021). *Trade Map*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|124|||081350||6|1|1|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|124|||081350||6|1|1|2|1|2|1|1)
- Trade Map. (28 de diciembre de 2023). *Bilateral trade between Ecuador and United States of America*. Recuperado el 23 de diciembre de 2023, de [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=)
- Trade Map. (01 de enero de 2024). *Empresas que exportan productos a partir de plantas a EEUU*. Obtenido de <https://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx?nvpm=>
- Trade Map. (19 de enero de 2024). *Lista de las empresas importadoras en Estados Unidos de América para el siguiente categoría de productos*. Obtenido de <https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=>
- VINER, J. (2014). *International trade and economic development*. Londres: University Press.

Zambrano, L. (25 de septiembre de 2022). *La moringa fue otro de los productos que tuvo éxito en la macrorrueda*. Recuperado el 18 de enero de 2024, de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/moringa-productos-tuvo-exito-macrorrueda-136785.html>

## **Anexos**

### **Anexo 1. Entrevista a Dr. Jorge Llerena**

1. ¿Podría describir los métodos de cultivo que emplea para producir hojas de moringa de alta calidad?

Utilizamos prácticas de cultivo orgánico, empleando técnicas de rotación de cultivos y fertilización natural para garantizar la salud del suelo y la calidad de las hojas de moringa.

2. ¿Cómo influye la ubicación y el clima de su plantación en el crecimiento y la calidad de la moringa?

Estamos ubicados en una región con clima subtropical, lo cual es beneficioso para el crecimiento de la moringa. La altitud y la temperatura moderada contribuyen a condiciones ideales para nuestro cultivo.

3. ¿Ha obtenido certificaciones orgánicas u otras certificaciones relacionadas con prácticas sostenibles en la producción de moringa?

Sí, hemos obtenido certificaciones orgánicas. Además, practicamos la agricultura sostenible, minimizando el uso de pesticidas y promoviendo la biodiversidad en nuestra plantación.

4. ¿Cultiva diferentes variedades de moringa, y cuál considera que es la más adecuada para sus objetivos?

Cultivamos principalmente la Moringa oleífera debido a su versatilidad y alto contenido nutricional. Hemos encontrado que se adapta bien a nuestro entorno.

5. ¿Cómo maneja el proceso de cosecha de las hojas de moringa para garantizar la máxima frescura y calidad?

Cosechamos las hojas de manera cuidadosa, seleccionando las más jóvenes y frescas. Utilizamos métodos manuales para preservar la calidad y asegurar la frescura del producto.

6. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta como productor de moringa en su región?

Los desafíos incluyen el control de plagas de manera orgánica y la gestión de recursos hídricos. Estamos constantemente buscando soluciones sostenibles para abordar estos desafíos.

7. ¿Ha implementado alguna tecnología agrícola o métodos innovadores para mejorar la eficiencia en la producción de moringa?

Hemos incorporado tecnologías de monitoreo del suelo y del clima para optimizar nuestros procesos. También exploramos opciones de energía renovable para minimizar nuestro impacto ambiental.

8. ¿Cómo evalúa las perspectivas de mercado para la moringa y cuáles son sus planes para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado?

Vemos un crecimiento continuo en la demanda de moringa, especialmente en el mercado de alimentos saludables. Estamos considerando expandir nuestra producción para satisfacer estas crecientes necesidades.



## **Anexo 2. Entrevista a Ing. Cesar Yela**

1. ¿Cuáles son los principales desafíos logísticos que enfrenta al exportar moringa desde Ecuador hacia los Estados Unidos, y cómo los aborda?

Los desafíos logísticos incluyen la gestión eficiente de los tiempos de envío y las regulaciones aduaneras. Para abordar esto, trabajamos con socios logísticos confiables y nos mantenemos actualizados sobre las normativas.

2. ¿Qué canales de distribución encuentra más efectivos para llegar al mercado estadounidense con sus productos de moringa?

Utilizamos canales de distribución mixtos, incluyendo envíos directos a minoristas y colaboraciones con distribuidores locales. También exploramos opciones de venta en línea para llegar a un público más amplio.

3. ¿Cómo determina los precios de venta de sus productos de moringa en el mercado estadounidense, y qué estrategias utiliza para mantener competitividad?

Nuestros precios se determinan considerando los costos de producción, competencia en el mercado y la calidad de nuestros productos. Ofrecemos precios competitivos y paquetes personalizados para mantenernos atractivos.

4. ¿Cuáles son las certificaciones necesarias y los requisitos aduaneros que ha tenido que cumplir para exportar moringa a los Estados Unidos?

Contamos con certificaciones orgánicas y nos aseguramos de cumplir con todos los requisitos aduaneros de los Estados Unidos como lo es el FDA. Mantenemos un equipo especializado para garantizar el cumplimiento normativo.

5. ¿Cómo gestiona la relación con sus clientes en los Estados Unidos y qué medidas toma para mantener la satisfacción del cliente?

Mantenemos una comunicación abierta con nuestros clientes en los Estados Unidos, recopilando comentarios y asegurándonos de que estén satisfechos. Esto ha resultado en relaciones comerciales a largo plazo.

6. ¿Cómo afectan las condiciones climáticas, tanto en Ecuador como en los Estados Unidos, a la producción y exportación de moringa?

Monitoreamos las condiciones climáticas en ambas ubicaciones para anticipar posibles impactos en la producción y distribución. La flexibilidad en la planificación nos permite adaptarnos a cambios climáticos inesperados.

7. ¿Cómo enfrenta la competencia en el mercado estadounidense y qué estrategias utiliza para destacar la calidad de sus productos?

Nos destacamos enfocándonos en la calidad superior de nuestras hojas de moringa y promoviendo sus beneficios únicos. Participamos en ferias comerciales y utilizamos estrategias de marketing para diferenciarnos en un mercado competitivo.

8. ¿Ha considerado colaborar con productores locales en los Estados Unidos para fortalecer su presencia en el mercado?

Estamos explorando oportunidades para colaborar con productores locales en los Estados Unidos para garantizar una oferta fresca y promover la sostenibilidad. La colaboración local puede fortalecer nuestra presencia en el mercado.

9. ¿Cuáles son los mayores obstáculos que ha enfrentado en el proceso de exportación de moringa a los Estados Unidos, y cómo los supera?

Los obstáculos incluyen trámites aduaneros complejos y cambios en la demanda del consumidor. Afrontamos estos desafíos manteniendo una estructura ágil y adaptativa en nuestra cadena de suministro.

10. ¿Está considerando implementar innovaciones en su cadena de suministro o estrategias adicionales para expandir su presencia en el mercado estadounidense en el futuro?

Estamos considerando implementar tecnologías innovadoras para mejorar la eficiencia logística y explorando nuevas estrategias de marketing digital. También planeamos expandir nuestra oferta de productos de moringa en línea con las tendencias del mercado.

**Anexo 3. Entrevista a MPA. Ing. Rosa Martínez, funcionario del Ministerio de  
Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca**

1. ¿Cuáles son las políticas y regulaciones actuales del Ministerio con respecto a la exportación de productos como la moringa a los Estados Unidos?

El Ministerio tiene políticas claras que buscan facilitar y promover las exportaciones, incluyendo la de productos como la moringa. Estamos comprometidos en agilizar trámites y brindar orientación a los exportadores para cumplir con las regulaciones.

2. ¿Qué programas o iniciativas tiene el Ministerio para brindar apoyo a los productores de moringa que buscan exportar, especialmente hacia el mercado estadounidense?

Contamos con programas de asistencia técnica y financiera para los productores de moringa. Además, se promueven alianzas público-privadas para fortalecer la cadena de valor y mejorar la capacidad exportadora.

3. ¿Cómo impactan los acuerdos comerciales existentes en las exportaciones de productos como la moringa? ¿Hay esfuerzos para mejorar o expandir estos acuerdos?

Los acuerdos comerciales vigentes son beneficiosos para las exportaciones de moringa. Estamos evaluando continuamente oportunidades para ampliar estos acuerdos y mejorar las condiciones de acceso a mercados como el estadounidense.

4. ¿Cómo el Ministerio trabaja para garantizar que los productores cumplan con las certificaciones y estándares requeridos para exportar a los Estados Unidos?

Trabajamos en estrecha colaboración con los productores para asegurar que cumplan con las certificaciones orgánicas y otros estándares exigidos por los Estados Unidos. Facilitamos capacitaciones y procesos de certificación.

5. ¿Qué estrategias se implementan para promover la moringa ecuatoriana en mercados internacionales, en particular en los Estados Unidos?

Implementamos campañas de promoción en colaboración con organismos de comercio exterior para destacar la calidad y beneficios de la moringa ecuatoriana. Participamos en ferias internacionales y eventos para ampliar su visibilidad.

6. ¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan los productores de moringa en relación con la exportación, y cómo el Ministerio aborda estos desafíos?

Entre los desafíos comunes se encuentran los costos logísticos y la adaptación a las regulaciones cambiantes. El Ministerio trabaja en políticas que aborden estos desafíos y brinde apoyo durante el proceso de exportación.

7. ¿Cómo se fomenta la colaboración entre el sector público y privado para impulsar el crecimiento de las exportaciones de moringa y otros productos?

Fomentamos la colaboración público-privada a través de mesas de trabajo, donde se discuten y proponen soluciones a los desafíos del sector. Buscamos estrategias conjuntas para impulsar el crecimiento exportador.

8. ¿Existen incentivos fiscales o financieros para los exportadores de moringa? ¿Cómo se alienta la participación en nuevos mercados como el estadounidense?

Existen incentivos fiscales y financieros para los exportadores, incluyendo beneficios tributarios y acceso a líneas de crédito preferenciales. Estamos revisando constantemente estos incentivos para mantener la competitividad.

9. ¿Se lleva a cabo alguna investigación o desarrollo en el Ministerio para mejorar la calidad y competitividad de los productos de moringa destinados a la exportación?

El Ministerio apoya proyectos de investigación y desarrollo para mejorar la calidad de los productos de moringa y su competitividad en el mercado internacional.

10. ¿Cuáles son las perspectivas y metas del Ministerio en cuanto a la exportación de moringa y otros productos a los Estados Unidos en el futuro cercano?

Nuestras perspectivas incluyen el crecimiento sostenible de las exportaciones de moringa a los Estados Unidos. Estamos enfocados en diversificar mercados y fortalecer la posición de Ecuador como proveedor confiable de productos agroindustriales.



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Pozo Limones Jorge Arturo**, con C.C: **0921926168** y **Silva López Andrea Cristina** con C.C: # **0958475741** autores del trabajo de titulación: **Estudio de Factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa al mercado de Estados Unidos** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE y LICENCIADO/A EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **6 de febrero del 2024**

Nombre: **Pozo Limones Jorge Arturo**

C.C: **0921926168**

Nombre: **Silva López Andrea Cristina**

C.C: **0958475741**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estudio de factibilidad para la exportación de hoja seca de moringa en el mercado de Estados Unidos.		
<b>AUTORES</b>	Pozo Limones Jorge Arturo; Silva López Andrea Cristina		
<b>REVISOR/TUTOR</b>	Rodríguez Bustos Andrea Johanna		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Comercio y Finanzas Internacionales		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe Licenciado/a en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	6 de febrero del 2024	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	68
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Organización y Dirección de Empresa		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Moringa, Exportación, Mercado, Eficiencia, Suministro, Superalimentos.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>El presente trabajo investigativo tiene como objetivo determinar el proceso de exportación de la hoja seca de moringa hacia el mercado de Estados Unidos. Como parte de la metodología empleada, se consideró un estudio netamente cualitativo, en donde por medio de herramientas como la entrevista y la observación se analizó y se interpretaron los resultados. Tanto el análisis PESTLE como PORTER coinciden en la importancia de aspectos socioculturales, tecnológicos y ambientales, subrayando la necesidad de diferenciación y calidad para competir en el mercado estadounidense. Además, se sugieren acciones prácticas derivadas de los resultados, como la optimización de la cadena de suministro, la diversificación de canales de distribución, la colaboración con socios logísticos, la adaptación a regulaciones cambiantes y la implementación de tecnologías avanzadas. En el ámbito de marketing, se enfatiza la importancia de resaltar la calidad y los beneficios únicos de las hojas de moringa para fortalecer la posición competitiva en un mercado dinámico. En conjunto, estas estrategias buscan mejorar la eficiencia operativa y aprovechar oportunidades en el mercado de exportación de hojas de moringa. Finalmente, se considera que el proyecto es rentable, toda vez que el TIR corresponde al 51,47 % y un VAN de \$ 177.103,16</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593984760328-0994295269	<b>E-mail:</b> jorge.pozo@cu.ucsg.edu.ec; andreasilvacl18@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	<b>Teléfono:</b> PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	<b>E-mail:</b> monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			