

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

---

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TITULO DE LICENCIADA/O MULTILINGUE EN NEGOCIOS  
E INTERCAMBIOS INTERNACIONALES**

**ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD PARA EXPORTACION DE TORTILLAS DE YUCA  
DESDE EL ECUADOR HASTA LA FLORIDA – ESTADOS UNIDOS  
EN EL PERIODO 2009-2011**

**CATALINA STEFANÍA MONTALVO MERA**

**QUITO – 2012**

## INDICE

1.	TEMA	1
2.	INTRODUCCIÓN	1

### CAPITULO I

#### SITUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE YUCA EN EL ECUADOR, BENEFICIOS EN EL PROCESO Y CADENA DE PRODUCCIÓN DE YUCA COMO MATERIA PRIMA Y ELABORADA Y PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

1.1.	Productores individuales y Asociaciones de productores de yuca	6
1.1.1.	Historia y generalidades de la yuca en el Ecuador	6
	Historia de la yuca	6
	Generalidades	7
	Variedades de la yuca	8
	Yuca en Ecuador	9
	Producción de yuca en Ecuador	10
1.1.2.	Proceso de producción y rendimiento nacional de la yuca	12
	Agronomía, Variedades	12
	Requerimientos	12
	Proceso de producción	13
	Nivel tecnológico y manejo de la producción	14
	Rendimiento nacional	16
1.1.3.	Política estatal para la producción de yuca y elaborados	19
1.2.	Perfil de la Agroindustria de yuca procesada	20

1.2.1.	Proceso de producción de tortillas de yuca y mapa de la cadena de valor de la yuca procesada	20	
	Elaboración de tortillas de yuca	20	
	Cadena de valor	21	
1.2.2.	Desarrollo del crecimiento y experiencia de la agroindustria de la yuca en el Ecuador	24	
1.3.	Comercio Internacional de la materia prima y sus elaborados	25	
1.3.1.	Comercialización mundial de yuca como materia prima y yuca procesada	25	
1.3.2.	Acuerdos y entendimientos bilaterales Estados Unidos-Ecuador referentes a comercio de productos alimenticios elaborados	26	
1.3.3.	Exportación de yuca y elaborados	28	
1.3.4.	Análisis FODA del entorno local	34	
1.3.5.	Análisis de las 5 fuerzas de de PORTER	34	
CAPITULO II			
CONSUMO DE LA YUCA Y DERIVADOS EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE EN EL SEGMENTO DE LOS MIGRANTES LATINOS			
2.1.	Inmigración en los Estados Unidos	37	
2.1.1.	Migración de latinoamericanos		37
	Antecedentes	38	
	Historia	39	
2.1.2.	Origen de los inmigrantes y principales destinos en Estados Unidos	40	
	Origen de los inmigrantes	40	

Origen de los inmigrantes en la Florida	42	
Destinos principales de inmigrantes		42
Población latinoamericana de la Florida	44	
2.1.3.    Situación de los migrantes en los Estados Unidos		47
Economía		47
Mercados de consumo		49
2.2.    Mercado de la nostalgia		50
2.2.1.    Clasificación del mercado de la nostalgia		52
Países que exportan a los Estados Unidos con el mercado latino e hispano como objetivo		52
Consumidores		54
2.2.2.    Productos nostálgicos consumidos por inmigrantes		54
2.2.3.    Impacto en la economía		54
Estadounidense		54
Países Latinoamericanos		55
2.2.4.    Efecto en las exportaciones de países latinoamericanos		56
2.2.5.    Situación de mercado y oportunidades		56
2.3.    Oferta y demanda de productos étnicos y de nostalgia		57
2.3.1.    Demanda de productos nostálgicos e importaciones en los Estados Unidos		57
Demanda		57
Importaciones de productos nostálgicos en los Estados Unidos		60
2.3.2.    Potencial oferta de productos nostálgicos y capacidad de exportación de países latinoamericanos y PYMES		61

	Oferta	61
	Capacidad de exportación	
61		
2.4.	Yuca en los Estados Unidos	61
2.4.1.	Consumo de la yuca en Estados Unidos	61
	Beneficiarios del comercio de la yuca como producto nostálgico en Estados Unidos	63
CAPITULO III		
PROCESO DE EXPORTACION DE YUCA DEL ECUADOR A ESTADOS UNIDOS Y REQUERIMIENTOS NECESARIOS PARA SU EXPORTACION CON ESTRATEGIAS DE INGRESO AL MERCADO		
3.1.	Normatividad para el Ingreso al mercado de los Estados Unidos	64
3.1.1.	Normas de calidad y certificados	64
	Normas de calidad	64
	Certificado de origen	65
	Registro de la FDA	65
	Registro de marca	65
	Norma Cool	66
3.1.2.	Requisitos sanitarios para productos de origen agrícola	
	Procesados	66
3.1.3.	Control e inspección del FDA (Food and Drugs Administration)	67
	Ley contra el bioterrorismo	67
	Productos bajos en acidez y acidificados	70
	Etiquetado nutricional de alimentos	70
3.1.4.	Aranceles impuestos para la exportación yuca	71

3.2.	Comercialización	71
3.2.1.	Presentación del producto	71
	Descripción	71
	Logotipo	71
	Presentación del etiquetado nutricional	72
	Empaque individual	72
3.2.2	Canales de distribución	72
3.3.	Logística Internacional	73
3.3.1.	Tipo y naturaleza del producto a exportar	73
	Tipo de carga	73
	Naturaleza de la carga	73
	INCOTERM y medio de transporte utilizado	73
	Tipo de transporte	74
	Envase, empaque y embalaje para exportación	75
3.3.2.	Procedimientos y documentación aduanera exigidos en Ecuador	76
	Documentación	76
	Proceso de exportación	76
3.4.	Inserción de “Tortillas de yuca” en los Estados Unidos	77
3.4.1.	Estrategias de ingreso al mercado	77
	Estrategia de distribución	77
	Estrategia de precio	78
	Estrategia de promoción	80
3.	ANÁLISIS	82
4.	CONCLUSIONES	85

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

## INDICE DE CUADROS

### CUADRO 1

GENERALIDADES DE LA YUCA	8
--------------------------	---

### CUADRO 2

VARIEDADES DE YUCA EN ECUADOR	8
-------------------------------	---

### CUADRO 3

REQUERIMIENTOS PARA EL CULTIVO DE YUCA	12
--	----

### CUADRO 4

PRODUCCION DE YUCA POR PROVINCIAS	16
-----------------------------------	----

### CUADRO 5

ECUADOR: SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO DE YUCA	18
---	----

### CUADRO 6

EXPORTACIONES MUINDIALES DE LA YUCA	25
-------------------------------------	----

### CUADRO 7

EXPORTACIONES ECUADOR A ESTADOS UNIDOS	27
--	----

### CUADRO 8

PARTIDA ARANCELARIA DE LA YUCA	28
--------------------------------	----

CUADRO 9

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA POR PAIS AÑO 2009 31

CUADRO 10

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA POR PAIS AÑO 2010 32

CUADRO 11

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA POR PAIS AÑO 2011 33

CUADRO 12

PRICIPALES PAISES DE ORIGEN DE INMIGRANTES EN

ESTADOS UNIDOS 40

CUADRO 13

PAISES DE ORIGEN DE INMIGRANTES LATINOAMERICANOS 41

CUADRO 14

PODER ADQUISITIVO DE HISPANOS POR ESTADO 49

CUADRO 15

LINEA DE CRECIMIENTO DEL PODER ADQUISITIVO DE HISPANOS 50

CUADRO 16

PRINCIPALES PAISES LATINOAMERICANOS Y PRODUCTOS QUE EXPORTAN A ESTADOS UNIDOS PARA EL MERCADO DE LA NOSTALGIA	52
--	----

CUADRO 17 PROYECCION DE TASA DE CRECIMIENTODE HISPANOS EN ESTADOS UNIDOS	58
---	----

CUADRO 18 IMPORTACIONES DE YUCA DE ESTADOS UNIDOS	62
--	----

#### INDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 CURVA DE PRODUCCIÓN DE LA YUCA	18
---	----

GRAFICO 2 CADENA DE VALOR DE LA YUCA PROCESADA Y TORTILLAS DE YUCA	21
--	----

GRAFICO 3 PINCIPALES EXPORTADORES DE YUCA 2010	26
---	----

GRAFICO 4 EXPORTACIONES ECUADOR A ESTADOS UNIDOS	27
---	----

GRAFICO 5

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA 2004 – 2008 29

GRAFICO 6

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA EN EL PERIODO  
2009 – 2011 30

GRAFICO 7

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA AÑO 2009 31

GRAFICO 8

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA AÑO 2010 32

GRAFICO 9

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA AÑO 2011 33

GRAFICO 10

5 FUERZAS DE PORTER 34

GRAFICO 11

PORCENTAJE DE HISPANOS EN CADA ESTADO DE  
ESTADOS UNIDOS 43

GRAFICO 12

POBLACION HISPANA EN ESTADOS UNIDOS	44
GRAFICO 13	
CRECIMIENTO DE LA POBLACION LATINOAMERICANA EN LA FLORIDA PERIODO 2006-2010	45
GRAFICO 14	
PROYECCION DEL CRECIMIENTO DE LA POBLACION LATINOAMERICANA EN LA FLORIDA PRIODO 2011-2015	45
GRAFICO 15	
POBLACION DE LA FLORIDA	46
GRAFICO 16	
POBLACION DE ORIGEN HISPANO EN LOS ESTDOS UNIDOS 1980-2000 Y PROYECCIONES 2005-2030	47
GRAFICO 17	
ESCENARIOS DE PODER ADQUISITIVO 2004-2010	48
GRAFICO 18	
CRECIMIENTO DE LA POBLACION LATINOAMERICANA EN LA FLORIDA 2006-2010 Y PROYECCION 2011-2015	59
GRAFICO 19	
IMPORTACIONES DE PRODUCTOS NOSTALGICOS Y	

ETNICOS EN LOS ESTADOS UNIDOS	60
GRAFICO 20	
BENEFICIARIOS DE LA EXPORTACION DE YUCA A ESTADOS UNIDOS	63
GRAFICO 21	
ACTORES EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN	73
INDICE DE IMÁGENES	
IMAGEN 1	
PLANTA DE YUCA	7
IMAGEN 2	
PRODUCCION DE YUCA EN ECUADOR	11
IMAGEN 3	
YUCA ECUATORIANA	12
IMAGEN 4	
DISTANCIA PARA SIEMBRA	14
IMAGEN 5	
INCOTERM FOB	74

IMAGEN 6

EMBALAJE

75

## 1. TEMA

ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD PARA EXPORTACION DE TORTILLAS DE YUCA DESDE EL ECUADOR HASTA LA FLORIDA – ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO 2009-2011

## 2. INTRODUCCION

El Ecuador es un país agrícola, la agroindustria tiene un desarrollo continuo debido a los índices de exportación que tienen curva creciente. La producción ecuatoriana de yuca y su creciente exportación a los Estados Unidos, crea oportunidad para la exportación de tortillas de yuca, incorporando un valor agregado a la materia prima, a La Florida - Estados Unidos enfocada a los inmigrantes latinoamericanos con relación al mercado de la nostalgia que establece que fomenta el ingreso al mercado y consecuentemente proporciona beneficios a productores y exportadores ecuatorianos.

Estados Unidos tiene el mercado latinoamericano más extenso del mundo, este país es el hogar de migrantes, la migración internacional se debe a las asimetrías económicas entre países y afectan en mayor grado a países menos desarrollados, y la marginación por parte de países desarrollados a los menos desarrollados, por consiguiente las corrientes migratorias se centran en países donde existe mayores oportunidades para tener un mejor nivel de vida.

Como consecuencia de ciertos fenómenos económicos, sociales y culturales la migración ha observado un crecimiento continuo durante el periodo 2005-2011 agrupándose en España, Italia y principalmente en Estados Unidos por su seguridad económica.

Desde el Ecuador existen oportunidades para incursionar en el mercado internacional de la yuca debido a la cantidad de inmigrantes ecuatorianos y de países de América Latina como Colombia, Perú, Bolivia, México, Republica Dominicana, Cuba entre otros, que encajen en un solo grupo de países que producen productos similares.

El mercado de la nostalgia se basa en el concepto de “recordar es vivir”, sea por nostalgia, recuerdos o por preferencias, los inmigrantes residentes en los Estados Unidos tienden a adquirir bebidas y alimentos que sean hechos en su tierra natal o que les recuerden a la misma. El

concepto de mercado de la nostalgia refleja los hábitos de consumos de quienes se aferran a sus raíces cuando se encuentran lejos de sus países.

En Estados Unidos el mercado de origen hispano para el 2011 es de 35.3 millones de personas y su capacidad de compra asciende a 45 mil millones de dólares anuales. Incluso se ha hablado de un marketing hispano debido a la cifra de inmigrantes hispanos. Los Estados con mayor número de inmigrantes Ecuatorianos juntamente con latinoamericanos son Nueva York, Florida, California, Texas, Maryland y Virginia. Las colonias más grandes de inmigrantes en los Estados Unidos son las de México, Puerto Rico, Cuba, y en general colonias latinoamericanas que tienen la importación de alimentos hispanos.

El mercado de la nostalgia se refiere a la predisposición de los migrantes por adquirir productos que les recuerde a su país natal, por consiguiente los inmigrantes de La Florida son el mercado foco para la realización de este análisis, la yuca es un alimento que se produce y se consume en países latinoamericanos como Costa Rica, Puerto Rico, Republica Dominicana, Cuba y Ecuador por lo que se puede llegar a inmigrantes no solamente ecuatorianos sino también de otras nacionalidades donde la yuca sea consumida.

Por otro lado, el Ecuador es un país con oportunidades de exportación y de ingreso a mercados extranjeros, el crecimiento de la producción y exportación de productos no petroleros está en aumento. Ecuador continua siendo un país dependiente de las exportaciones petroleras para abastecer al presupuesto del Estado, sin embargo, las exportaciones de productos no petroleros van relegando a las exportaciones de barriles de petróleo que además no es un recurso ilimitado y tendrá que ser reemplazado.

Por los motivos planteados se analizaron los temas detallados en cada sección, el primer capítulo se desarrolla en base a la producción de la yuca en el Ecuador, una reseña de la historia de la yuca en el Ecuador y como llegó al país, por otro lado, se describe el proceso de producción y su cadena, detallando los actores de esta y sus respectivas funciones así como las ventajas y desventajas junto con la tecnología utilizada para su cultivo, para realizar una investigación a fondo se tomo en cuenta las políticas de producción, su comercialización en el extranjero y la exportación de yuca del Ecuador.

El segundo capítulo se basa en el mercado objetivo, en este caso los inmigrantes latinoamericanos en el estado de La Florida-Estados Unidos que representan al mercado de la

nostalgia, el objetivo es investigar la curva de la demanda de la yuca para analizar una posible introducción en este mercado, para esto se toma en cuenta la nacionalidad de los inmigrantes, sus preferencias, predisposiciones y poder adquisitivo.

El tercer capítulo explica los procesos de exportación, los requisitos y normas para ingresar al mercado estadounidense tanto como los requisitos para exportar desde el Ecuador. Además, indica la presentación del producto, su transporte y las estrategias de ingreso al mercado.

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Quito con recursos estadísticos, en la provincia de Manabí y con la ayuda de productores de yuca, y la ciudad de Miami en las zonas con más presencia de inmigrantes latinoamericanos. El estudio completo está compuesto de cifras, datos, estadísticas y hechos del periodo entre el 2000 al 2011.

El objetivo de la presente investigación es analizar la prefactibilidad para la exportación de tortillas de yuca desde Ecuador a la Florida-Estados Unidos en el periodo 2009-2011, esto conlleva al análisis e los siguientes puntos: conocer la situación de la producción de yuca en el Ecuador y sus procesos de comercialización, definir el consumo de la yuca y derivados en el mercado estadounidense en el segmento de los migrantes latinos y detallar el proceso de exportación de yuca del Ecuador a Estados Unidos y conocer los requerimientos necesarios para su exportación.

La investigación presente se realiza bajo la siguiente hipótesis: El mercado de la nostalgia en los Estados Unidos resultado de la inmigración latinoamericana sería una oportunidad para la exportación de tortillas de yuca y para el desarrollo del comercio de productos no petroleros lo cual mejoraría el nivel de vida de los productores ecuatorianos y la creación de empleo.

Por último, el análisis se basó en el modelo capitalista el cual es un sistema económico que se basa en la propiedad privada y libertad económica, la producción y el intercambio de bienes y servicios se llevan a cabo mediante individuos privados y empresas de negocios de forma libre con el fin de beneficiarse; el precio, la producción, la distribución, de los bienes y servicios son determinados por el mercado.

El modelo tiene como fundamentos la movilidad social de los individuos y la regulación de las relaciones socioeconómicas mediante el libre contrato. Esta corriente no solamente envuelve el

aspecto económico sino también la política económica de acuerdo al rol del Estado en relación a la economía.

Adam Smith considera a este sistema como el estado natural de las relaciones sociales, afirmó que el progreso y la riqueza son resultado del trabajo. En su obra principal "Investigaciones sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones" el laissez faire aparece como el motor del progreso económico. La teoría de Adam Smith es que los seres humanos han tenido la tendencia a realizar trueques, cambios e intercambios de unas cosas por otras en el marco de lo cual se demuestra el sentido innato del intercambio que con el pasar de los años se convirtió en actividades con fines de lucro.

La teoría del comercio internacional de David Ricardo aporta al presente análisis, esta se basa en que los países deben enfocarse en la elaboración de los productos que tienen ventajas comparativas frente a otros países para así poder adquirir un nivel de competencia adecuado al medio. David Ricardo fue un fiel creyente del laissez faire de Adam Smith, así pues su teoría de las ventajas comparativas define que cuando existen divergencias en los precios de los bienes entre países estos pueden beneficiarse entre ellos, lo óptimo es elaborar en un país los productos de menor costo de producción y comercializarlos en el exterior y adquirir de otros países los productos que tengan un costo de producción elevado internamente.

## CAPITULO I

### SITUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE YUCA EN EL ECUADOR, BENEFICIOS EN EL PROCESO Y CADENA DE PRODUCCIÓN DE YUCA COMO MATERIA PRIMA Y ELABORADA Y PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

#### 1.1. Productores individuales y Asociaciones de productores de yuca

##### 1.1.1. Historia y generalidades de la yuca en el Ecuador

#### Historia de la yuca

Según datos arqueológicos, la yuca es un tubérculo que tuvo sus orígenes hace 4.000 años, en Perú Ayacucho, fue uno de los primeros cultivos domesticados en América.

El nombre científico de la yuca fue dado originalmente por Crantz en 1766 (Crantz se emplea para indicar a Heinrich J.N. Crantz como autoridad en la descripción y clasificación científica de los vegetales), posteriormente, fue reclasificada por Pohl en 1827 y Pax en 1910 en dos especies diferentes: yuca amarga *Manihot utilissima* y yuca dulce *Manihot aipi*, Ciferri (1938) reconoció prioridad al trabajo de Crantz en el que se propone el nombre utilizado.

Conocida con su nombre científico *Manihot Esculentum* mandioca, la yuca tuvo sus siguientes referencias en la Cultura Maya, hace 1400 años en Joya de Cerén, El Salvador, el complemento alimentario que les permitió a los mayas sostener poblaciones numerosas fue la yuca por su raíz con alto contenido calórico, que es parte integrante de la dieta de las diversas poblaciones que viven en la región Maya y también en la cuenca del Mar Caribe.

El tipo de *Mandioca esculenta* que se originó más al sur, en Brasil y Paraguay, por su potencial alimenticio se convirtió en un alimento básico para las poblaciones de América del Sur, América Central, y las islas del Caribe en la época de la llegada de los españoles, su cultivo fue continuado con los portugueses y españoles. Alrededor del año 1850 fue transportada directamente de Brasil a Java, Singapur y Malasia.

La yuca tiende a crecer en climas húmedos y tropicales, es tradicional en la región tropical de Argentina, Paraguay, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Panamá, Perú y Venezuela.

Generalidades

IMAGEN 1

PLANTA DE YUCA

Fuente: Hipernatural

Recopilado por: Catalina Montalvo

La mandioca es un tubérculo que procede de un arbusto que se planta en los países tropicales en África, América y Asia, presenta una carne de color blanco cubierta por una corteza de color marrón oscuro y de aspecto leñoso.

Es un cultivo perenne con alta producción de raíces, las cuales contienen carbohidratos para la elaboración de harinas con alto porcentaje de proteínas, las características de este cultivo permiten su total utilización, el tallo (estacón) para su propagación vegetativa, sus hojas para producir harinas y las raíces para el consumo en fresco, la agroindustria o la exportación.

#### CUADRO 1

##### GENERALIDADES DE LA YUCA

Nombre común: Casava, mandioca, yuca

Nombre científico: *Manihot sculenta* Crantz

Género: *Manihot*

Familia: Euforbiáceas

Variedades: Valencia (principal variedad de exportación)

Fuente: ZOTIEN CUAN, CECILIA, El cultivo de la yuca Manihot esculenta Crantz

Elaboración: Catalina Montalvo

## Variaciones de la Yuca

La variedad de la yuca se clasifica de acuerdo a su periodo vegetativo, su contenido de almidón y otras características fenotípicas, se presentan clases de yuca cuya cosecha se realiza desde los 6 meses y otras calificadas de tardías porque las raíces están listas para la cosecha a partir de los 12 meses.

En cuadro 2 se detalla una lista de variedades de yuca que se producen en el Ecuador:

### CUADRO 2

#### VARIEDADES DE YUCA EN ECUADOR

##### COSTA SIERRA ORIENTE

Tres meses

Taureña

Amarilla

Quevedeña

Espada

Mulata

Negra

Criolla

Pata de paloma

Blanca

Chola

Crema

Crema amarilla

Canela

Yema de huevo

Prieta

Morena

Quintal

Negrita

Lojana

Yuca de año

Crema

Patucha

Lambayecana

Montaños

Crema blanca

Crema amarilla

Negra

Morada pequeña

Morada grande

Criolla

Pata de paloma

Yema de huevo

Escandela

Lojana

Boliviana morada

Envallecana chica

Valencia

Lago agrio

Puca lumu\* : tallo morado

Yana lumu\* : tallo negro

Yura lumu\* : tallo blanco

Accha lumu : varias hojas

Jatun lumu\* : raiz larga

Guagua lumu\* : mas precoz

Fuente: CIAT

Elaborado por: Catalina Montalvo

La yuca se clasifica según su periodo vegetativo y porcentaje de contenido de almidón. (ANEXO 1), el contenido de almidón en este caso varía entre 22.08% y 39.41%, esto es una característica importante en el cultivo de yuca, porque indica la potencialidad del producto para darle valor agregado.

La variedad para este proyecto es la Valencia, miembro del tipo *Manihot esculenta* Crantz, que tiene procedencia de Costa Rica y un periodo vegetativo de 11 a 12 meses, es una variedad de exportación, se diferencia de las otras variedades de yuca porque es más larga y más suave, tiene un mejor sabor que las demás y contiene poca fibra interna, es utilizada para consumo humano más que para el consumo animal.

Yuca en el Ecuador

Desde antes del período colonial, en el Ecuador se cultiva la yuca (*Manihot esculenta* Crantz), los cultivos de ésta se encuentran en todas las provincias incluso en Galápagos, pero se la siembra principalmente en las llanuras tropicales.

El mayor porcentaje de productores está constituido por pequeños agricultores de escasos recursos y tiene ventajas para estos, el cultivo se desarrolla en las colinas exteriores de la cordillera, pie de monte, llanuras tropicales, suelos pobres o en tierras marginales donde no se pueden producir otros cultivos, éste requiere de pocos fertilizantes, plaguicidas y agua, se cosecha en cualquier momento entre los 8 y 24 meses después de haberla plantado, por lo que puede quedarse en la tierra como defensa contra la escasez de alimentos, generalmente siembran la yuca para consumo propio en superficies de 0.25 a 5.0 hectáreas sin utilizar tecnologías mejoradas y de preferencia intercalada con maíz, medianos productores la cultivan para comercializarla o venderla a intermediarios de origen colombiano.

Su producción está destinada a diferentes usos, tales como uso animal o humano, en el Ecuador para el 2010 se destinó cerca del 64.4% de su producción al consumo humano, mientras que para el consumo animal cerca del 35.6%.

#### Producción de yuca en Ecuador

Muchos la cultivan para auto subsistencia por la falta de información, educación e iniciativa, hay maneras sencillas para un óptimo cultivo de yuca para la comercialización y hasta exportación. Se pueden obtener rendimientos fructuosos mediante técnicas sencillas, de bajo costo y de fácil aplicación, considerando también que la siembra se la puede hacer en áreas de baja fertilidad y poca precipitación.

En la imagen 2 se puede apreciar las zonas de producción de yuca en el país, destacando con mayor obtención de yuca están principalmente las provincias que se encuentran en la región costa ecuatoriana y estas son: Esmeraldas, Manabí, Guayas, en la sierra: Loja, Azuay, Cañar, Bolívar, Pichincha y en la Amazonía la de mayor volumen de producción es Sucumbíos. Se destaca en volumen de producción las provincias de la costa, esto se debe a que el clima es ideal para el cultivo de yuca y su comercialización en estas provincias genera más ingresos al ser zonas que se dedican a su cultivo como fuente de negocio, también se da en Loja y Santo Domingo.

IMAGEN 2

## PRODUCCION DE YUCA EN ECUADOR

Fuente: Agrosalud

Recopilado por: Catalina Montalvo

Se siembran variedades desarrolladas o recomendadas por el INIAP Portoviejo 650 y "Tres meses" para el trópico, Escancela y morada para el subtrópico.

La Corporación PROEXANT, centro de apoyo empresarial, recomienda el uso de la variedad Valencia por su alto rendimiento, valor comercial especialmente a nivel internacional y por su adaptabilidad a las condiciones de Santo Domingo de los Colorados y la región Amazónica en general climas cálidos.

#### 1.1.2. Proceso de producción y rendimiento nacional de la yuca

Agronomía, Variedades

IMAGEN 3

YUCA ECUATORIANA

Fuente: Cadenas del sector Hortofrutícola

Recopilado por: Catalina Montalvo

En Ecuador se cultiva la Variedad Valencia , es un material refinado para la yuca parafinada y de calidad para la elaboración de almidón de yuca para la preparación de pan, el material de semilla son estacas maduras con un largo entre 20- 30 cm., con 4 a 8 yemas.

El ciclo de la plantación comprende el desarrollo de la plantación que dura alrededor de 12 meses y el inicio de la cosecha que dura cerca de 10 meses.

## Requerimientos

### CUADRO 3

#### REQUERIMIENTOS PARA EL CULTIVO DE YUCA

##### Agroecológicos

##### Clima

Trópico, sub trópico, cálido

Temperatura 26 - 28 °C, no apta a menos de 17 °C.

Hora – luz 10 - 12 (fotoperíodo)

Humedad 80 - 90%

Pluviosidad 800 - 1,800 mm. Anuales

Altitud Hasta 1,000 m.s.n.m.

Vientos menores de 30 Km. / h

Formación ecológica Bosque húmedo tropical, bosque seco tropical

##### Requerimientos edáficos

Textura Francos, ligeros, con buen drenaje.

Acidez 5.5 a 7.5

##### Tipo de suelo

Bien drenados, francos, franco - limosos, profundos, ricos en potasio

Fuente: ZOTIEN CUAN, CECILIA, El cultivo de la yuca *Manihot esculenta* Crantz

Elaboración: Catalina Montalvo

##### Proceso de producción

- Preparación del terreno

La yuca se cultiva en plano, en suelos sueltos, para mercado nacional se realiza una quema previa con paraquat\* .Para lograr un buen desarrollo de raíces se necesita hacer una arada, dos pases de rastra, estos pasos facilitan la cosecha y disminuye el daño de las raíces.

- Siembra

Para la siembra de la yuca en plano se debe mantener una distancia entre filas de 1m y entre plantas de 0,50m a 0,60m, para obtener yucas de tamaño mediano se siembra con una distancia de 1,2m a 1,5m entre calles y 0,30m a 0,40m entre plantas, las estacas\* se deben sembrar en forma inclinada para al momento de la cosecha facilitar su proceso y para que las raíces no se dañen al cuando son extraídas del suelo.

IMAGEN 4

DISTANCIA PARA SIEMBRA

Fuente: Cadenas del sector Hortofrutícola

Recopilado por: Catalina Montalvo

- Cosecha

Se realiza de 10 a 12 meses de la siembra, el proceso comienza con la separación de la parte superior o aérea de la planta, luego se arranca la yuca, se reúne en montones para la separación de la yuca del tallo, al arrancar se debe tener cuidado para no ocasionar daños físicos en el producto.

#### Nivel tecnológico y manejo de la producción

La tecnología para la producción de yuca debe estar enfocada en técnicas de fácil manejo y actividades agronómicas y fitosanitarias sencillas y económicas, como resultado de la práctica de dichas tecnologías se logra duplicar el rendimiento de las variedades locales y mejorar el de los materiales mezclados.

Las tecnologías consisten en una buena preparación del suelo, selección y protección de las estacas, uso de estacas de 20 cm y con 5 yemas como mínimo, siembra sobre los surcos\* , para que la planta pueda absorber agua cuando los suelos son pesados y existen altas precipitaciones, población adecuada de plantas, rotación del cultivo, por lo menos cada tres años.

La mayoría de la producción de la yuca en el Ecuador proviene de pequeños productores quienes no cuentan con los recursos y capacitación necesarios para un nivel tecnológico avanzado, sin embargo, las técnicas agronómicas y de manejo de la semilla a seguir para un óptimo resultado en el cultivo de la yuca son de poco esfuerzo y con beneficios.

- Cultivo

Para saber sobre la edad no se necesita de ningún sistema mecanizado, las técnicas consisten en normas para reconocer una buena semilla , el modo de transportar el producto y la técnica para sembrar la semilla.

- Plantación

La época para la plantación es de noviembre hasta 15 de febrero debido a las condiciones climáticas. Debe plantarse en suelos de buen drenaje interno y superficial. Todo el proceso de plantación se lo realiza manualmente, como hacer los surcos para la plantación, medir la distancia entre plantas y realizar el corte en las estacas.

- Herbicidas

Es necesario también tener una buena fertilización y los productos necesarios para combatir las malezas, plagas y enfermedades como el súper alargamiento. En lo que se refiere a herbicidas se debe tener una capacitación de las tipos que se deben usar antes, durante y después del cultivo, existen aplicaciones pre-emergentes o formulas para combatir las plagas que se deben agregar por dosis en un tiempo determinado y un término de días.

- Riego

Se debe realizar un riego antes de la plantación y otro posterior a ésta, el riego también se lo puede realizar manualmente con una bomba de riego para cada persona, cada 12 a 15 días, 4 o 5 riegos para lograr un brote eficiente después se lo realiza con agua normal cada 120 y 135 días.

- Cosecha

Se corta el tallo manualmente con un machete o cuchillo grande a 20 a 25 cm del suelo ahí mismo se seleccionan para material de plantación. Las raíces no deben permanecer en el campo por más de 24 horas.

## Rendimiento nacional

### CUADRO 4

#### PRODUCCION DE YUCA POR PROVINCIAS

Costa 45%      Sierra 40%      Amazonía 9%      Galápagos 6%

Esmeraldas      Carchi      Zucumbios      Isla Isabela

Manabí      Imbabura      Napo      Isla Fernandina

Guayas Pichincha      Pastaza

Los Ríos      Cotopaxi      Morona Santiago

Santo domingo Bolívar Zamora Chinchipe

Chimborazo

Cañar

Azuay

Loja

Fuente: Agrosalud

Elaboración: Catalina Montalvo

Gran parte de la producción de yuca se encuentra en la región de la costa, se produce en 3 provincias, las cantidades son representativas debido a la extensión de cada provincia y al clima que estas poseen, el cultivo de la yuca es apto para climas diversos pero el clima óptimo es el tropical, por lo cual la región de la costa tiene ventaja. Es así que los pequeños productores de Manabí, Quevedo y Santo Domingo tienen la capacidad de suministrar producto a las industrias y a los mercados de yuca fresca en casi todo el país.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) anuncia que Santo Domingo es el mayor productor de yuca en el Ecuador, la superficie dedicada a su siembra en la provincia asciende a 2.594 hectáreas, la mayor parte de esa área está en Nuevo Israel, así como en la vía que conduce a

la comuna Colorados del Búa, en decenas de propiedades ubicadas en la vía a El Carmen, en San Jacinto del Búa, San Gabriel del Baba, Puerto Limón y Julio Moreno Espinosa.

La producción en la sierra es en casi en todas las provincias, la ventaja en la sierra es la existencia de laderas en la parte inferior de las montañas, este es un suelo conveniente para el cultivo de la yuca. El desarrollo en las provincias de Los Ríos y Pichincha tienen la capacidad de abastecer a Quito, Guayaquil y a la mayoría de los centros urbanos.

La Amazonía es otra zona apropiada para la producción de la yuca, no es representativa al igual que Galápagos, en la Amazonía por falta de capacitación e iniciativa y porque se enfocan en lo que abunda que son los minerales como el oro, la plata y el petróleo y en Galápagos porque su economía se basa en el turismo, sin embargo, Morona Santiago se hace presente con la producción de yuca.

En el Ecuador el crecimiento de la producción de yuca ha ido en aumento según datos del Ministerio de Agricultura que tiene información hasta el año 2006 como afirma el cuadro 5:

#### CUADRO 5

#### ECUADOR: SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO DE YUCA

Años	Superficies (Has.)	Producción T.M.	Rendimiento T.M./Has
2003	23,393	103,39	4.42
2004	24,364	110,392	4.53

2005	24,931	126,249	5.06
2006	29,608	161,112	5.44
2007*	30,377	172,5415	5.82
2008*	32,2982	191,4438	5.120
2009*	34,2194	210,3461	5.158
2010*	36,1406	229,2484	5.196
2011*	38,0618	248,1507	5.234

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador

Elaboración: Catalina Montalvo

\*Datos proyectados

Del año 2003 al 2006 el rendimiento de la yuca por hectáreas ha tenido un crecimiento promedio del 23%, que ha sido asimilado por el mercado ecuatoriano, lo cual genera el crecimiento de la producción por la demanda interna. En el grafico N° 1 se demuestra la curva de crecimiento de la producción:

GRAFICO 1

CURVA DE PRODUCCIÓN DE LA YUCA

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador

Elaboración: Catalina Montalvo

\*Datos proyectados

En el año 2010 el rendimiento era de 30 TM/has, el costo de inversión por ha es de \$600 a campo abierto para cada ciclo, 25.000 hectáreas son empleadas para el cultivo, debería aprovecharse más para la exportación congelada, como snacks y como almidón elaborado (el precio del almidón de yuca es más alto que otros similares). El producto es vendido en el Ecuador a industrias cartoneras que la utilicen como pegamento, el quintal de yuca está en USD 3,50.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca señala que de la producción de yuca se benefician alrededor de 100.000 personas, genera más de 16.000 empleos directos en el país.

1.1.3. Políticas de Estado para la producción de yuca y para fomentar su producción

Se analizaron cuatro leyes (Ley de Desarrollo Agropecuario, Ley de Gestión Ambiental, Ley de Aguas y la Ley Forestal) para determinar los incentivos monetarios, no monetarios o de otro tipo. Luego del análisis se concluyó que las leyes ecuatorianas poseen mayor número de incentivos que sanciones, lo cual significa que son ante todo promotoras de cambio e impulsoras del desarrollo.

La Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (Senacyt) del Ecuador tenía planes de impulsar un proyecto para el 2010 en el cual los productores de la provincia de Manabí recibirían capacitación relacionada a la siembra, producción y comercialización de camote y yuca, otorgándoles las últimas tecnologías en innovaciones comerciales e institucionales. La inversión sería de \$356.859. Países como Costa Rica, que en el año 2008 ocupaba el 4to puesto de exportaciones a nivel mundial de yuca, teme al incentivo del gobierno en la producción de yuca, en años anteriores se comprobó la capacidad productiva de Ecuador para el desarrollo de otros productos agrícolas que son también de oferta exportable costarricense y que inclusive en pocos años llegó a superar el liderazgo de Costa Rica en la oferta mundial.

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias INIAP creó el Programa Nacional de Yuca y Camote, que tiene como objetivo “Innovar para el emprendimiento de yuca (*Manihot esculenta crantz*) y camote (*Ipomea batatas L.*), en la seguridad y soberanía alimentaria, y aprovechar las oportunidades de mercado para pequeños/as productores/as emprendedores de las comunidades del Ecuador.” Se basa en la caracterización de condiciones y factores para la producción como agroclima, factores externos e internos, mercadeo, comercialización y socioeconomía de los productores; mejoramiento genético, desarrollo de valor agregado para la yuca y camote. Las áreas en las que trabajan son la generación de variedades mejoradas, recopilación de material genético, Identificación de estrategias de vida de los productores que plantean alternativas que promuevan el mejoramiento de los capitales que disponen las comunidades involucradas con los cultivos de yuca y camote, optimización de la cadena de valor de los cultivos, utilizando los capitales que disponen las comunidades de una manera correcta y con el manejo apropiado. Con este proyecto se ha logrado clasificación de productores de yuca, caracterización de capitales disponibles y sus interacciones, estrategias de vida de los productores de yuca, desarrollo de variedades de yuca: INIAP 651 (Vigente) e INIAP 650.

## 1.2. Perfil de la Agroindustria de yuca procesada

### 1.2.1. Proceso de producción de tortillas de yuca y mapa de la cadena de valor de la yuca procesada

Elaboración de tortillas de yuca

El proceso de elaboración de las tortillas de yuca es sencillo al ser un producto sin preservantes ni productos artificiales, 90% natural, es un producto casero que se lo podría elaborar en cualquier hogar.

Al ser un producto que se destinará a la exportación, su elaboración debe realizarse con cuidado y limpieza bajo los requisitos básicos para la exportación y principalmente bajo los requisitos que se exigen para la entrada al mercado estadounidense, además, la presentación del producto es importante y debe ser impecable. El proceso de elaboración para la obtención de un producto que sea adecuado para la exportación es el siguiente:

- La yuca debe ser pelada y posteriormente lavada por completo, con el fin de tener una yuca de textura resistente, se procede a rayarla (puede ser un rayo manual). Una vez rayada se la mezcla con agua, sal, huevos y compuestos artificiales (para darle sabor y para que no perezca fácilmente) obteniendo una masa lo suficientemente mojada y blanda para darle forma circular. Finalmente se procede a empacar.

#### Cadena de valor de la exportación de la yuca procesada “tortillas de yuca”

La cadena de valor de las tortillas de yuca está compuesta por un conjunto de actores que transforman el producto o materia prima para obtener un bien final industrializado o semi-elaborado para la exportación del mismo, la estructura según sus actores es la siguiente:

#### GRAFICO 2

##### CADENA DE VALOR DE LA YUCA PROCESADA Y TORTILLAS DE YUCA

Fuente: Visita cultivos Manabí

Elaborado por: Catalina Montalvo

- Productores

La mayoría de las veces los proveedores de yuca son los mismos que se dedican a la producción de otros elaborados de yuca para su venta al por menor o para su autoconsumo. Además, en el Ecuador existen pequeños productores de yuca, no existe una industria y comercialización de yuca avanzada por lo que son básicamente los pequeños productores quienes mantienen viva su comercialización.

Los productores de este tubérculo son pequeños, ocupan un 53% con parcelas de 20 hectáreas, medianos productores con 40% con cultivo entre 20 y 100 hectáreas y apenas 7% grandes productores con más de 100 hectáreas, por lo menos el 60% de los productores se encuentran en las provincias de Esmeraldas, Manabí y Guayas principalmente por su clima, los productores buscan agruparse bajo el asesoramiento del Ministerio de Agricultura para que se conforme un consejo consultivo que busca involucrar a los actores de las cadenas agro-productivas. Por otro lado no existen muchos productores de tortillas de yuca y los que la elaboran le dan una finalidad de autoconsumo o de venta al público en lugares pequeños e la costa principalmente, en este caso no existen exportaciones de tortillas de yuca sino solamente de yuca como materia prima o harina de yuca.

- Mercado y comercializadores

El mercado nacional de la yuca está conformado principalmente de consumidores de bajos recursos, este tubérculo representa un alimento básico en su dieta diaria, los comercializadores la venden en plazas de los pueblos donde se la puede adquirir a precios económicos y también en los supermercados de las ciudades como un producto semi-elaborado este ya siendo un producto comercializado por empresas procesadoras, la yuca es un producto de consumo nacional y de tradición en el Ecuador.

En el mercado nacional los propios productores muchas veces son quienes comercializan la yuca, sin embargo, en Manabí en pocas ocasiones venden su cosecha a vendedores ambulantes quienes la revenden en las plazas de mercados en los pueblos y ciudades, en el caso de tortillas de yuca son los mismos productores quienes las elaboran y las venden, existen intermediadores como “yucapan” una empresa que vende suministro de materias primas para fabricar pan de yuca, almidón agrio de yuca y mezcla lista para hornear pan de yuca. El quintal de almidón se vende en 40 dólares.

- Industria de semielaborados y elaborados

Esta área se encarga de adquirir la materia prima y transformarla dándole un valor agregado al producto final. Los productos semi-elaborados se los conoce como las yuca sin cascara lista para el corte o finalidades que les de el usuario como encontramos en supermercados debidamente empacadas, para productos elaborados se considera la yuca rallada, almidón o harina de yuca y para este proyecto las tortillas de yuca que deben de pasar por un proceso de elaboración.

- Exportadores de yuca

La exportación de yuca en el Ecuador no es común por lo que todavía no se han creado sindicatos o asociaciones de exportadores, la falta de una asociación de la cual los exportadores puedan ser miembros y hacer regir las normas de exportación de yuca es notable, el precio del costal de yuca que oscila en periodo 2009 - 2010 entre los 7 y 8 dólares americanos, se rige por la mano invisible del mercado. La exportación va en aumento y con la realización de proyectos como el de Senacyt que capacita y ayuda con avances tecnológicos a los productores las proyecciones de crecimiento del mercado y oportunidades son mayores. La exportación de la yuca elaborada es baja, el almidón de yuca es el único producto elaborado de yuca que se exporta principalmente a Colombia, éste es el primer país importador de yuca ecuatoriana seguido de Estados Unidos. En Santo Domingo los exportadores tienen sus propios cultivos de yuca y exportan entre 4 a 5 contenedores semanales. En el caso de las tortillas de yuca su exportación sería nueva para el país, el volumen de exportación y los precios se regirán por el mercado.

#### 1.2.2. Desarrollo del crecimiento y experiencia de la agroindustria de la yuca en el Ecuador

La yuca es el alimento de bajo costo de adquisición, un tubérculo fácil de cultivar en cualquier provincia del Ecuador y una buena alternativa para productores de bajos recursos debido a su económico costo de producción.

Para su cultivo no se requiere de tecnología avanzada, es un producto que se lo puede cultivar con mano de obra conocedora del tema, a menos que el productor o exportador cuente con los recursos necesarios existen maquinarias importadas para su producción caso contrario se recurre al proceso de producción simple que se lo realiza manualmente.

El cultivo de la yuca se lo realizaba y se lo sigue realizando en muchas ocasiones manualmente, al ser un producto que no requiere de tecnologías avanzadas para su producción. El desarrollo que ha tenido esta industria es marginal, en muchos de los campos productores no se utiliza un nivel tecnológico avanzado por su fácil cultivo y cosecha, sin embargo se ha cambiado el labrado manual al labrado con maquinaria especificada como representa el ANEXO 2.

Del mismo modo la siembra y la cosecha se la realiza manualmente o mecanizada, la aplicación de herbicidas y plaguicidas se la realiza con bomba de espalda o con maquinaria como se aprecia en el ANEXO 2.

#### Instituciones de apoyo

La Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología del Ecuador (Senacyt) aporta al crecimiento de la industria de la yuca, lanzó un proyecto con una inversión de \$356.859 en el 2010 para la capacitar a los productores de Manabí.

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias INIAP con el Programa Nacional de Yuca y Camote, proyecto el cual tiene el fin de ayudar a una producción más organizada y técnica, se toma en cuenta el nivel socioeconómico de los productores con el fin de canalizar y clasificar los capitales y lograr una producción continua, así como la genética de la planta.

“Clayuca” Consorcio Latinoamericano y del Caribe de Apoyo a la Investigación y Desarrollo de la Yuca es un organismo internacional del cual “La Fabril” empresa refinadora de aceites y grasas vegetales y “Ecuayuca” empresa productora de yuca son miembros, uno de los fines de esta organización es brindar al sector yuquero conceptos relacionados con la nutrición del cultivo de la yuca, sobre aspectos básicos del suelo y sobre la correcta recomendación de fertilizantes como práctica de manejo del suelo, además, busca actividades colaborativas de investigación y desarrollo basadas en el cultivo de la yuca, con la participación de diversas entidades en cada país miembro.

1.3. Comercio Internacional de la materia prima y sus elaborados

1.3.1. Comercialización mundial de yuca como materia prima y yuca procesada

#### CUADRO 6

#### EXPORTACIONES MUNDIALES DE LA YUCA

Fuente: Trademap

Recopilado por: Catalina Montalvo

El cuadro 6 evidencia el crecimiento de las exportaciones y los principales exportadores son los que se exponen en el grafico 3:

#### GRAFICO 3

#### PINCIPALES EXPORTADORES DE YUCA 2010

Fuente: Trademap

Recopilado por: Catalina Montalvo

Los principales exportadores se encuentran en países de Asia como Tailandia, Vietnam e Indonesia, Costa Rica en Centro América y Países Bajos en Europa, Ecuador ocupa el puesto 13 en las exportaciones mundiales de yuca, la ventaja es que puede cubrir la demanda de Estados Unidos por su posición geográfica que hace más cerca exportar a América del Norte que a Europa. Los importadores mas fuertes son China y Estados Unidos, son los protagonistas de alrededor del 40% de las importaciones mundiales.

### 1.3.2. Acuerdos y entendimientos bilaterales Ecuador – Estados Unidos referentes a comercio de productos alimenticios elaborados

Estados Unidos propuso un diálogo bilateral con el Ecuador en el año 2007 en el cual se trataron temas de cooperación en el desarrollo humano y reducción de la pobreza, el desarrollo económico, el comercio y la inversión, y las cuestiones migratorias se discutió, se realizó una segunda reunión en el año 2008 con temas de comercio e inversión pero luego que el presidente haya declarado a la embajadora como persona non grata las negociaciones planificadas para junio del 2011 se cancelaron. Ecuador recibe ayuda directamente a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID, y a través de organizaciones multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo, el Ecuador recibió más de 70 millones de dólares en 2010.

#### CUADRO 7

##### EXPORTACIONES ECUADOR A ESTADOS UNIDOS

Año	Miles de dólares USD	Porcentaje/mundo
2010	6.077.496	34,35%
2009	4.582.496	33,38%
2008	8.379.587	45,26%

Fuente: Trademap

Elaborado por: Catalina Montalvo

#### GRAFICO 4

##### EXPORTACIONES ECUADOR A ESTADOS UNIDOS

Fuente: Trademap

Elaborado por: Catalina Montalvo

Los Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales de Ecuador, en el año 2010 Ecuador exportó alrededor de 6,07 mil millones de dólares en productos a Estados Unidos, en el gráfico 4 se observa un aumento de más del 30% respecto al año 2009 y aproximadamente el 35% de las exportaciones totales del Ecuador son a Estados Unidos. Más de 15 años Ecuador se ha beneficiado de la entrada de sus exportaciones por la Ley de Preferencias Comerciales Andinas (ATPA) y recibió los beneficios comerciales adicionales Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de Drogas (ATPDEA) en el año 2002, el Congreso de Estados Unidos aprobó una serie de extensiones de esos beneficios, sin embargo, el ATPDEA expiró el 12 de febrero de 2011, en mayo de 2004 Ecuador entró en negociaciones para un acuerdo de libre comercio junto con Colombia y Perú, pero las negociaciones entre Estados Unidos y Ecuador caducaron en el año 2006, el gobierno de Rafael Correa ha declarado que no tiene ningún interés en negociar un acuerdo de libre comercio con los Estados Unidos pero muestra interés en negociar un acuerdo de comercio para el desarrollo.

### 1.3.3. Exportación de yuca y elaborados

Según información del Ministerio de Agricultura, la yuca se exporta fresca y congelada en mayor cantidad a los Estados Unidos y Colombia. Manabí es la segunda provincia en producción.

#### CUADRO 8

##### PARTIDA ARANCELARIA DE LA YUCA

Código Descripción

0714100000 Raíces de mandioca, frescas o secas, incluso troceadas o en pellets.

Fuente: Trademap

Elaborado por: Catalina Montalvo

La exportación de los productos no tradicionales manifiesta un desarrollo acelerado, para el periodo 2001 - 2011 estas exportaciones agrícolas representan el 50% del total de las exportaciones del Ecuador y de esto alrededor del 10% son productos no tradicionales, entre los

principales productos no tradicionales de explotación están palmito, yuca, naranja, ñame, malanga, jengibre, piña y plantas ornamentales.

GRAFICO 5

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA 2004 - 2008

Fuente: CICO-CORPEI

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el gráfico 5 se justifica este desequilibrio de las exportaciones, entre el periodo 2004 - 2008 las exportaciones ecuatorianas de yuca indican un comportamiento inestable, el 2006 fue el año en el que se reporto menos exportaciones de esta tubérculo.

En el año 2008 hubo una disminución del 71% en el volumen exportado, pero un crecimiento del 50 % en valor FOB y esto se debe a un valioso aumento en el precio.

En el año 2007 se exportó a Estados Unidos 887.000 dólares americanos, además en el periodo 2001 – 2004 la exportación tuvo un crecimiento de 16,6% lo cual indica su potencial de exportación a futuro, esto involucra también a la exportación de yuca semi-procesada y procesada como harinas o almidón, frita, congelada, deshidratada, envasadas al vacío, molida y seca, y en el año 2009, Ecuador exportó 2.224 millones de dólares americanos, principalmente a Estados Unidos, España y Reino Unido.

#### GRAFICO 6

#### EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA

EN EL PERIODO 2009 – 2011

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Catalina Montalvo

En el panorama del periodo 2009 – 2011, como se testimonia en el gráfico 6, se nota una disminución en las exportaciones de la yuca, sin embargo, los valores del año 2011 no son completos, se toma en cuenta un periodo desde el mes enero 2011 hasta el mes septiembre 2011 por razones de tiempo. Se puede visualizar en el gráfico que si bien las exportaciones en el 2011 son menores que en el 2010 el valor FOB aumentó entre los dos años, lo cual significa un aumento en los precios del producto.

Las exportaciones en el año 2009 fueron de 2.288,37 millones de dólares, los principales países a los que el Ecuador exporta yuca son Estados Unidos con 1.229,37 millones de dólares, seguido por

España con 423,77 millones de dólares, Puerto Rico con 315,62 millones de dólares americanos, Reino Unido con 135,93 millones de dólares americanos y Colombia 76,34 millones de dólares, estos son los países más representativos en el mercado de exportación de yuca ecuatoriana como prueba el cuadro 9

#### CUADRO 9

#### EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA POR PAIS AÑO 2009

Fuente: Banco Central del Ecuador

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el grafico 7 a continuación se indica las exportaciones por país, siendo Estados Unidos, España y Puerto Rico los más representativos a nivel del grafico. Se puede notar la importancia o la magnitud de las exportaciones a Estados Unidos y la gran diferencia en las exportaciones hacia este país con relación a los otros.

#### GRAFICO 7

#### EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA AÑO 2009

Fuente: Banco Central del Ecuador

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el año 2010 como justifica el cuadro 10 el mercado cambia parcialmente, el líder en importaciones ecuatorianas sigue siendo Estados Unidos con 613,75 millones de dólares americanos, seguido igual que en el año 2009 por España con 161,05 millones de dólares, el tercer lugar este año lo ocupa Reino Unido con 88,39 millones de dólares americanos, Puerto Rico con 65,02 millones de dólares y Holanda (Países Bajos) desplazó a Colombia y ocupa el quinto lugar con 38,17 millones de dólares.

CUADRO 10

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA POR PAIS AÑO 2010

Fuente: Banco Central del Ecuador

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el grafico 8 se comprueba la gran diferencia entre Estados Unidos y el resto de países importadores de yuca ecuatoriana, siendo este país el mayor importador.

GRAFICO 8

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA AÑO 2010

Fuente: Banco Central del Ecuador

Recopilado por: Catalina Montalvo

Comparando con el periodo del año 2011 los destinos de exportación de la yuca ecuatoriana cambian, el principal país de exportación sigue siendo Estados Unidos con 860,91 millones de dólares pero en este periodo el valor exportado a España disminuyó considerablemente ocupando España el sexto lugar dentro de las exportaciones de yuca del Ecuador, los principales en este año son Estados Unidos, Reino Unido, Puerto Rico, Holanda y Bélgica. En el cuadro 11 se puede apreciar las diferencias entre países.

#### CUADRO 11

#### EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA POR PAIS AÑO 2011

Fuente: Banco Central del Ecuador

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el siguiente grafico 9 se aprecia una diferencia en cuanto a exportaciones a los diferentes países, aun más pronunciada entre Estados Unidos y el resto de los países, las exportaciones a este país representan el 78,78% en el mercado de la yuca ecuatoriana, al comparar los gráficos de los tres años 2009, 2010 y 2011 se nota que las exportaciones a Estados Unidos son cada vez más significativas que para otros países.

GRAFICO 9

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE YUCA AÑO 2011

Fuente: Banco Central del Ecuador

Recopilado por: Catalina Montalvo

#### 1.3.4. Análisis FODA del entorno local

Fuente: Escuela Superior Politécnica Nacional

Elaborado por: Catalina Montalvo

#### 1.3.5. Análisis de las cinco fuerzas de PORTER

GRAFICO N° 10

CINCO FUERZAS DE PORTER

Fuente: Michael Porter

Elaborado por: Catalina Montalvo

Amenaza de nuevos competidores

- La entrada al mercado es factible, todavía no es un negocio copado y la demanda existe.
- Campañas, promoción o descuentos de competidores con respecto a la exportación de yuca.
- Alta tecnología de nuevos competidores.
- Los costos de producción son competitivos y es atractivo para nuevos productores.

#### Poder de negociación de proveedores

- No existe un gremio o grupo de proveedores.
- Los proveedores muchas veces son los mismos exportadores y productores.

#### Amenaza de productos sustitutos

- Productos sustitutos más avanzados tecnológicamente.
- El arroz es producto sustituto y popular en el mercado.
- Productos sustitutos pueden ser pan y papa.
- Bajos costos de productos sustitutos.

#### Poder de negociación de clientes

- Pueden manejar los costos parcialmente.
- Los productos son más accesibles por sus canales de distribución.
- Se guían por la cantidad de información como propaganda, promociones, descuentos.
- Es sensible al precio
- Busca calidad, precio y cantidad.

## Rivalidad entre competidores

El mercado de la yuca en el Ecuador no es copada y es abierta por lo que hay posibilidades para nuevos productores para ingresar al mercado, la demanda internacional va en aumento y no existe un productor fuerte o conjunto de productores que cierre el paso a nuevos productores.

## CAPITULO II

### CONSUMO DE LA YUCA Y DERIVADOS EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE EN EL SEGMENTO DE LOS MIGRANTES LATINOS

#### 2.1. Inmigración en los Estados Unidos

##### 2.1.1. Migración de latinoamericanos

Estados Unidos tiene alrededor de 50.000.000 de migrantes latinoamericanos, de ellos 564.000 personas son ecuatorianas. La migración es un fenómeno demográfico que se ha registrado en todos los periodos históricos, las formas y niveles son variados.

La migración internacional se debe a las asimetrías económicas entre países y crisis económicas que afectan en mayor grado a países menos desarrollados, otros de los factores son la creciente pobreza y la marginación por parte de países desarrollados a los menos desarrollados, por consiguiente las corrientes migratorias se centran en países donde existe mayores oportunidades para tener un mejor nivel de vida. En el año 2000 el número de migrantes en el mundo ascendía a más de 175 millones de personas, el 2,9% de la población total. Las regiones con mayor número de migrantes son España, Italia y Estados Unidos, el cual se ha visto aglomerado por una ola de inmigración debido su seguridad económica.

Los Estados con más número de inmigrantes son Nueva York, California y la Florida . El estado de la Florida impulsa y se beneficia de la creación de negocios propios, el trabajo y la creatividad de más de 3,2 millones de inmigrantes de alrededor del mundo, quienes llaman "hogar" la ciudad del sol, este estado se caracteriza por tomar a los inmigrantes como una oportunidad, no una amenaza.

Florida tiene una superficie de 170.305 km<sup>2</sup>, con 18.537.969 habitantes, cifra mayor a la población del Ecuador que está alrededor de los 14.000.000 de habitantes, es el Estado de más rápido crecimiento demográfico en los Estado Unidos. La oficina del censo ha proyectado que la población de Florida crecerá un 26% entre el 2000-2025, lo cual asciende a 20,71 millones de personas, ha recibido más de 3.000.000 de nuevos habitantes entre 2000-2010, los inmigrantes representan aproximadamente un tercio de esta cifra. Florida es el hogar de 18,53 millones de personas y el 17% de esta población es nacida en el extranjero.

Este Estado es multicultural, debido a sus residentes que mantienen muchos de sus rasgos culturales de origen. La cultura general está influida por la población de personas de origen latinoamericano y caribeño, de las culturas de islas como Jamaica, Trinidad y Tobago, las Bahamas y Cuba, muchos de ellos hablan español o criollo haitiano.

#### Antecedentes

La Segunda Guerra Mundial produjo alta migración, los Estados Unidos que se involucró en el conflicto bélico contrataba mano de obra de países latinos, básicamente mexicanos, por ser mano de obra barata y por la necesidad que tenía de mantener sus industrias que le proporcionaban material para la guerra.

Las personas que se movilizaron durante este periodo tomaron ventaja de los programas de migración que ofrecían los países como Estados Unidos, Canadá, Australia y Argentina quienes vieron a la migración como una manera de crecimiento poblacional y de fuerza de trabajo, aprovechando el auge de la posguerra estos países abrieron las puertas a los migrantes y fomentaban la migración debido a la necesidad de mano de obra para fortalecer sus industrias y acelerar el crecimiento del país con el lanzamiento del desarrollo de infraestructura como fabricación de hidroeléctricas.

La emigración de las personas originarias de América Central y América del Sur se incrementa en la época de la post independencia, momentos en los cuales los ciudadanos empiezan a verse afectados por la corrupción de los gobiernos y la mala distribución de la riqueza, la desigualdad y la pobreza se vuelven mas fuertes por lo que la gente trata de buscar un mejor nivel de vida y que lugar mejor que Estados Unidos la potencia mundial que ofrece miles de oportunidades a personas de todo nivel social y económico. Los países latinoamericanos fueron afectados por las crisis de los años 70, 80 y 90 las cuales dieron fuerza a la emigración de latinoamericanos como principal destino Estados Unidos.

## Historia

El lecho de la humanidad está basado en migraciones, el ser humano se ha ido desplazando desde sus lugares de origen en África hasta poblar prácticamente todo el planeta, el cambio de lugar para vivir era constante, la condición natural de vida de las sociedades primitivas. La migración desde África hacia Asia y luego el resto del mundo se inició hace unos 70.000 años y aún está en marcha. La historia de la humanidad hace referencia a los grandes movimientos culturales, económicos, geográficos y políticos que dieron origen a desplazamientos en masa de la población, en los años 90 comenzó a surgir una política económica de cambios radicales en Estados Unidos, apareció la teoría del libre mercado, apertura de los mercados, mayor flujo de capitales del exterior y la concentración en el sector privado de la producción de bienes y servicios, a pesar que esta política económica produjo la expansión e internacionalización de mercados, atrajo mayor pobreza y desigualdad.

### 2.1.2. Origen de los inmigrantes y principales destinos en Estados Unidos

La población de América Latina y el Caribe representa el 15% de la población total de los Estados Unidos aproximadamente 43.5 millones de personas, el crecimiento de esta población hace referencia a la tasa de fertilidad y a la inmigración que continua en gran escala. Del total de la población de origen latinoamericano y caribeño la mitad son personas nacidas en sus respectivos países fuera de los Estados Unidos, estos migrantes representan cerca del 55% de todos los extranjeros que viven hoy en los Estados Unidos, la mayoría de la población extranjera en los Estados Unidos se ubica dentro del los 20 y 54 años de edad.

## Origen de los inmigrantes

Estados Unidos es un país formado por inmigrantes ya sea europeos como asiáticos y latinoamericanos y del Caribe, en el cuadro 12 se evidencia los datos del censo hasta el año 2010

CUADRO 12

PRICIPALES PAISES DE ORIGEN DE INMIGRANTES EN ESTADOS UNIDOS

País	2010	2000	1990
México	11.711.103	9.177.487	4.298.014
China	2.166.526	1.518.652	921.070
India	1.780.322	1.022.552	450.406
Filipinas		1.777.588	1.369.070
Vietnam		1.240.542	988.174
El Salvador		1.214.049	817.336
Cuba	1.104.679	872.716	736.971
Corea del Sur	1.100.422	864.125	568.397
República Dominicana	879.187	687.677	347.858
Guatemala	830.824	480.665	225.739
Latinoamericanos		21.224.087	16.086.974
Todos inmigrantes		39.955.854	31.107.889

Fuente: 1990 and 2000 decennial Census and 2010 American Community Survey

Elaborado por: Catalina Montalvo

Hasta el año 2010 se encontraron 39.955.854 de inmigrantes de los cuales 21.224.087 son latinos, el 53% de los inmigrantes son de descendencia latina, de estos los países latinoamericanos de donde emigran hacia Estados Unidos son: con mayor cantidad México con 11.711.103 inmigrantes en los Estados Unidos, seguido por El Salvador con 1.214.049 inmigrantes, Cuba con 1.104.679 inmigrantes, República Dominicana con 879.187 inmigrantes y Guatemala con 830.824 inmigrantes, estos son los países con mayor número de inmigrantes, sin embargo existen muchas otras colonias de países latinoamericanos.

En el cuadro 13 se detalla el origen de los diferentes grupos de migrantes latinoamericanos en los Estados Unidos, los principales y con mayor número son mexicanos, portorriqueños, cubanos, salvadoreños, dominicanos, guatemaltecos, colombianos, españoles, hondureños y en 10mo lugar ecuatorianos, todos de los anteriores consumen yuca así como peruanos, nicaragüenses, venezolanos, panameños. En el ANEXO 3 se despliega una tabla más detallada del origen de los inmigrantes.

#### CUADRO 13

##### PAISES DE ORIGEN DE INMIGRANTES LATINOAMERICANOS

Grupo	Población	%
-------	-----------	---

Fuente: 2010 US Census

Recopilado por: Catalina Montalvo

El total de los inmigrantes que define el cuadro 14 es de 50.477.594 de los cuales la mayoría consumen yuca al ser un alimento presente en los países latinoamericanos, por lo tanto el mercado para las tortillas de yuca es extenso y suficiente para cubrir la oferta.

#### Origen de los inmigrantes en la Florida

En este estado existen alrededor de 4.000.000 de inmigrantes lo que representa el 17% de la población actual, en el año 2010 se encontró la existencia en el área del puerto de varias comunidades de diferentes partes del mundo: argentinos, bahameses, brasileños, canadienses, chilenos, chinos, colombianos, cubanos, dominicanos, ecuatorianos, franceses, alemanes, griegos, guatemaltecos, guyaneses, haitianos, hondureños, jamaicanos, indios, italianos, mexicanos, nicaragüenses, peruanos, rusos, salvadoreños, trinitenses, turcos, sudafricanos y venezolanos, también una gran comunidad puertorriqueña. Las comunidades de inmigrantes han crecido en lugares prominentes como en la ciudad de Miami y sus suburbios, creando barrios étnicos tales como Little Haití, Little Habana, Little Bogotá, Little Caracas, Little Managua, Little Brazil, Little Moscow o Little San Juan.

Destinos principales de inmigrantes

Los inmigrantes latinoamericanos se han desplazado por todo el país, sin embargo hay ciertos estados en los que se encuentran mayor número de inmigrantes latinos como lo define el grafico 11, los estados con mayor número de inmigrantes latinoamericanos son California, Arizona, New México, Texas, en estos principalmente viven inmigrantes mexicanos por la cercanía con su frontera, entre los más habitados por latinoamericanos esta la Florida con la diferencia que este estado tiene diversidad de inmigrantes no necesariamente la mayoría son mexicanos, existe muchos cubanos.

#### GRAFICO 11

#### PORCENTAJE DE HISPANOS EN CADA ESTADO DE ESTADOS UNIDOS

Fuente: 2000 US Census

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el gráfico 12 se indica la población del estado de la Florida, de 308.745.538 habitantes en los Estados Unidos el estado de la Florida aporta con 18.801.310 personas, el 6,09% del total del país. Existe un crecimiento demográfico general en la zona en el periodo 2000 - 2010, de blancos, negros, asiáticos, indios americanos y los que se detallan en el grafico, en lo que concierne al crecimiento demográfico latinoamericano ha crecido en 10 años un 57,4%, valor considerable comparado al crecimiento de no latinos que es de 9,6%, el aumento de latinoamericanos se debe a la alta tasa de fertilidad y la continua inmigración.

GRAFICO 12

POBLACION HISPANA EN ESTADOS UNIDOS

Fuente: Politics Home

Recopilado por: Catalina Montalvo

### Población latinoamericana en la Florida

El crecimiento de la población latinoamericana en la Florida desde el año 2000 ha sido relevante, empezando en el año 2000 con 2.682.715 de hispanos y con un crecimiento del 16.8%, llegando en el año 2010 con 4.223.806 de hispanos con un crecimiento del 22.5%, durante el periodo 2000 – 2010 la población tuvo un crecimiento de más de 57.4%. La Florida es uno de los estados de mayor crecimiento demográfico en los Estados Unidos.

En el siguiente gráfico se puede apreciar el crecimiento de la población latinoamericana en la Florida en los últimos 5 años y su proyección para los siguientes 5 años.

GRAFICO 13

CRECIMIENTO DE LA POBLACION LATINOAMERICANA EN LA FLORIDA PERIODO 2006-2010

Fuente: 2010 US Census

Elaborado por: Catalina Montalvo

La tasa de crecimiento de la población latinoamericana en el estado de la Florida a partir del año 2006 a 2010 es del 17,08%, si se proyecta un crecimiento similar como se visualizará en el grafico 14 la población latinoamericana aumentará y seguirá siendo un mercado rentable.

GRAFICO 14

PROYECCION DEL CRECIMIENTO DE LA POBLACION LATINOAMERICANA EN LA FLORIDA PRIODO  
2011-2015

Fuente: 2010 US Census

Elaborado por: Catalina Montalvo

GRAFICO 15

POBLACION DE LA FLORIDA

Fuente: 2010 US Census

Recopilado por: Catalina Montalvo

Según el gráfico 15 de Politics Home los estados con más del 20% de hispanos en general son Nuevo México, Texas, California, Arizona, Nevada, Florida y Colorado, con un aumento respectivamente de cada estado, en el caso de la Florida se le suma un 5,7% para el año 2010, que se encuentran alrededor del 25,7% hispanos habitando la región.

En el grafico 16 se puede observar la proyección de crecimiento demográfico de los hispanos en los estados unidos, para el 2030 los hispanos en los Estados Unidos representarán alrededor del 19% de la población total a diferencia del 6% en 1980.

## GRAFICO 16

### POBLACION DE ORIGEN HISPANO EN LOS ESTADOS UNIDOS

1980-2000 Y PROYECCIONES 2005-2030

Fuente: U.S. CENSUS

Recopilado por: Catalina Montalvo

#### 2.1.3. Situación de los migrantes en los Estados Unidos

##### Economía

Los inmigrantes latinos e hispanos aportan cada año a la economía de este país, contribuyendo con mano de obra y fuerza de trabajo, han ido evolucionando en su nivel económico y tienen influencia en los consumidores del mercado.

Los inmigrantes hispanos son el 13% de la fuerza laboral y crecerán al 20% para el 2030, la tasa de empleo de inmigrantes ha crecido un 16% desde el año 2000 hasta el 2010 mientras que la tasa nacional ha crecido en un 2% , los puestos de alta remuneración como managers y el trabajo para profesionales hispanos son las categorías de rápido crecimiento para inmigrantes.

En el año 2002 el número total de inmigrantes que poseían negocios propios era de 1,6 millones, el triple de cantidad que en los 5 años anteriores , los americanos nativos ganan alrededor de 37 billones de dólares al año por la participación de inmigrantes en su economía según el presidente del Consejo de Asesores Económicos.

El gráfico 17 justifica la tasa anual de poder adquisitivo de los hispanos, ésta se ha incrementado a 7,5% creciendo dos veces más rápido que la tasa anual de todo el país que es de 2,8%, el poder

adquisitivo de hispanos alcanzó los 700 billones de dólares en el año 2004 y se posiciona en 1 trillón de dólares en el año 2010.

GRAFICO 17

ESCENARIOS DE PODER ADQUISITIVO 2004-2010

Fuente: Hispantelligence

Recopilado por: Catalina Montalvo

Más del 86% de los hispanos que residen en los Estados Unidos son jóvenes, estos representan el 16% del total de jóvenes en todo el país, la economía y la política de los Estados Unidos tiene cambios al ser los hispanos un grupo fuerte aporta a la economía nacional.

- Economía de los inmigrantes en Florida

Los inmigrantes en la Florida representan la cuarta parte de la fuerza laboral, estos son mas una ayuda para el estado que una amenaza al contribuir con mano de obra, generando empleo y pagando los impuestos correctamente. Al igual en el resto del país los inmigrantes en la Florida ocupan puestos de managers y de servicios, cada vez son más los latinos que se superan como profesionales y generan empleo como efecto de la creación de nuevos negocios.

#### Mercados de consumo

Los hispanos mantienen su cultura como consumidores, la industria de bienes y servicios ha tenido que acoplarse a sus preferencias y necesidades como hispanos, en la comida, moda, en el servicio de llamadas a larga distancia, cuentas de banco y en los viajes.

En el cuadro 14 se prueba el porcentaje de poder adquisitivo y el porcentaje de hispanos en cada estado.

#### CUADRO 14

##### PODER ADQUISITIVO DE HISPANOS POR ESTADO

	% Poder adquisitivo	% Población Hispana
--	---------------------	---------------------

Fuente: Hispantelligence

Recopilado por: Catalina Montalvo

En el cuadro 15 se puede apreciar la proyección de crecimiento del poder adquisitivo de los inmigrantes en los estados con mayor presencia de hispanos. California con un porcentaje de crecimiento de 9,1% y Texas con 6,7% están en primer y segundo lugar seguidos por Nueva York con 3,6% y Florida 6%, esto en el periodo 1998-2004.

CUADRO 15

LINEA DE CRECIMIENTO DEL PODER ADQUISITIVO DE HISPANOS

Fuente: Hispantelligence

Recopilado por: Catalina Montalvo

Cabe recalcar que siendo el mercado meta la Florida el cuadro 15 demuestra el crecimiento del poder adquisitivo de los inmigrantes en la Florida y es notable su curva creciente por lo que su proyección es similar, la Florida ocupa uno de los primeros lugares en cuanto al poder adquisitivo de latinoamericanos con 107.000 millones de dólares para el año 2011.

Incluso el poder adquisitivo se puede denominar por medio de los ingresos y se puede calificar de acuerdo al género, cuanto perciben de ingresos los hombre y cuanto perciben las mujeres, como se ve en el ANEXO 4.

## 2.2. Mercado de la nostalgia

El mercado de la nostalgia se basa en el concepto de “recordar es volver a vivir”, ya sea por nostalgia, recuerdos o por preferencias los inmigrantes residentes en los Estados Unidos tienden a adquirir bebidas y alimentos que sean hechos en su tierra natal o que les recuerden a la misma. El concepto de mercado de la nostalgia refleja los hábitos de consumos de quienes se aferran a sus raíces cuando se encuentran lejos de sus países.

En Estados Unidos el mercado de origen hispano para el 2011 es de 35,3 millones de personas y su capacidad de compra asciende a 45 mil millones de dólares anuales. Incluso se ha hablado de un marketing hispano debido a la cifra de inmigrantes hispanos. Los Estados con mayor número de inmigrantes Ecuatorianos juntamente con latinoamericanos son Nueva York, Florida, California, Texas. En el mercado de Estados Unidos existen más de 2.1 millones de tiendas o establecimientos comerciales hispanos con ventas superiores a los 218 mil millones de dólares.

Además, las colonias latinoamericanas en los Estados Unidos que tienen un tipo de alimentación diferente al de Estados Unidos que es la comida rápida, prefieren productos saludables y

provenientes de sus diferentes naciones por lo que la apertura en el mercado para productos autóctonos de países de Latinoamérica ha ido en aumento.

La cantidad de migrantes en los Estados Unidos genera oportunidades. Se puede llegar a compatriotas ecuatorianos y también a inmigrantes de países de América Latina como Colombia, Perú, Bolivia, México, República Dominicana, Cuba entre otros, que encajen en un solo grupo de países que producen productos similares.

Las colonias más grandes de inmigrantes en los Estados Unidos son de Puerto Rico, Cuba, y en general colonias latinoamericanas que tienen la importación de alimentos hispanos. Este grupo de colonias se caracteriza por el consumo de alimentos naturales, menos alterados y por supuesto que les recuerden a su hogar. La fusión de culturas como la española, asiática y africana son las que caracterizan a la gastronomía de las colonias latinoamericanas para todas ellas la yuca es uno de los ingredientes de sus menús.

Cuba, Puerto Rico y República Dominicana son un ejemplo de la similitud de los productos que se producen y se utilizan en cada país. El plátano y la yuca son comunes en países de Latinoamérica.

#### 2.2.1. Clasificación del mercado de la nostalgia

Países que exportan a los Estados Unidos con el mercado latino e hispano como objetivo

México es el mayor exportador del mercado de la nostalgia, es el tercer socio comercial de Estados Unidos después de China y Canadá, exporta cerveza, snacks, condimentos, con marcas como: Bimbo, Sabritas, Barcel y Gamesa. Otros de los países que exportan productos para el mercado de la nostalgia son El Salvador, Guatemala, Ecuador, Venezuela, y casi todos los países latinoamericanos.

En el siguiente cuadro 16 se clasifica los principales países latinoamericanos y los productos que más se exportan a Estados Unidos para el mercado de la nostalgia. Los productos que exportan tienen ciertas similitudes, América central y América del sur comparten algunos productos como algunas legumbres, hortalizas y cereales.

## CUADRO 16

### PRINCIPALES PAISES LATINOAMERICANOS Y PRODUCTOS QUE EXPORTAN A ESTADOS UNIDOS PARA EL MERCADO DE LA NOSTALGIA

	País	Producto
1	México •	Cerveza
	•	Tortillas
	•	Queso
	•	Refrescos
	•	Tequila y mezcal
	•	Tomate
	•	Aguacate
	•	Melón
	•	Sandía
	•	Papaya
	•	Bovinos de pie
	•	Pepino
	•	Chiles
	•	Jugo de naranja
2	Venezuela •	Camarones
	•	Cangrejos
	•	Figuras de cerámica
	•	Cereales, preparaciones
	•	Chocolate (nuzita, susi maxi)•
3	Brasil •	Azúcar
	•	Harina de mandioca (FAROFA PRONTA YOKI)
	•	Chocolate (Garoto)

- Cocol (Coconut flakes)
  - Café (Pilao)
  - Té
  - Hierba mate, Hierbas naturales
  - Bebidas alcohólicas, cachaca
  - Figuras en madera
- 4 Colombia • Café (del Monte)
- Arepas
  - Chocolate (Corona bitter, Luker bitter, Luker sweet, Chocolisto)
  - Quaker en polvo (Frescavena)
  - Harina de maíz (Donarepa, Goya)
  - Panela
  - Arepas
- 5 Costa Rica • Atún
- Frutas, melón
  - Yuca
  - Legumbres
- 6 Ecuador • Banano
- Camarón
  - Ponchos
  - Mango
  - Maracuyá
  - Palmito
  - Brócoli
  - Atún
  - Tilapia

- Paja toquilla
- Tagua
- Kiwi
- Pitahaya
- Yuca
- 7 El Salvador • Textiles
- Azúcar
- Te de hierbas
- 8 Perú • Ají peruano
- 9 Guatemala • Piñatas

Fuente: trademap, banco central

Elaborado por: Catalina Montalvo

## Consumidores

Entre las colonias más grandes están los mexicanos, cubanos, dominicanos, colombianos, ecuatorianos, salvadoreños, hondureños y otros que se mencionó anteriormente, se han creado supermercados que tienen variedad de productos importados desde países latinoamericanos como el supermercado Estrella y Winn Dixie en el estado de La Florida, los latinoamericanos exigen que las tiendas abasten productos como tortillas y frijoles. Los productos exportados por un país latinoamericano no se enfocan en los inmigrantes de su país sino en todos los inmigrantes latinoamericanos en general.

### 2.2.2. Productos nostálgicos consumidos por inmigrantes

Cuatro de cada diez inmigrantes compran artículos importados desde sus países o que les recuerden a ellos, además estudios afirman que las personas que envían remesas y llaman con frecuencia a sus familiares en el país de origen tienden a comprar más productos nostálgicos por su vinculación más cercana con sus países de origen, estos productos se los adquiere en supermercados, de estos el 55% es de procedencia de marcas conocidas pero un 23% es de marcas nuevas y los compradores confían en ellas simplemente por el hecho de ser elaborado en su país de origen. Los productos de mayor demanda son comestibles como café, frutas, legumbres, hortalizas, harinas, frijoles, chocolate, y alimentos típicos.

### 2.2.3. Impacto en la economía

#### Estadounidense

Empezando por el hecho que la población del país ha crecido significativamente por la presencia de inmigrantes, puede notar un impacto en el país, relacionando este tema con el mercado de la nostalgia que fue creado con el único objetivo de complacer y satisfacer la demanda de los inmigrantes que prefieren comprar productos que les recuerde a su país natal para sentirse más cerca de él, la economía del país sin duda tendrá varios impactos.

La población hispana y latinoamericana representa un grupo significativo en los Estados Unidos, el mercado de origen hispano es de 35,3 millones de personas, es la primera minoría en Estados Unidos con una capacidad de compra que asciende a 45 mil millones de dólares anuales, el mercado de los inmigrantes hispanos que tiene alrededor de 10 mil millones de dólares anuales, ha mantenido una tasa de crecimiento de dos dígitos desde el 2007.

El mercado de la nostalgia en los Estados Unidos tiene demanda y existen marcas posicionadas en el mercado como: Herdez, Búfalo, Doña María, Tamazula, La Costeña, San Marcos, La Torre, Del Monte, Barrilitos, Chaparritas, Topo Chico, Sangría Señorial, Del Valle, Jumex, Modelo Especial y Pacífico que ofertan los productos con mayor demanda que son: salsas, conservas, mayonesas, moles, hortalizas, refrescos, jugos y cerveza.

Por ejemplo existe el caso de Bimbo, marca mexicana, que vende nostalgia en Estados Unidos, el éxito de Bimbo en los Estados Unidos llevó a la empresa a fundar la marca Bimbo Bakeries USA, esta compañía cuenta con 13 plantas y las ventas cubren más de 22 estados en el país, la marca

genera los productos Oroweat, Mrs. Baird's, Entenmann's, Thomas', Boboli, Tía Rosa, Marinela y Bimbo.

#### Países latinoamericanos

El mercado de la nostalgia abre puertas para generar ingresos y empleos, no es un beneficio para muchos actores que están presentes en la cadena de producción. Los hispanos en los Estados Unidos tienen una capacidad de compra 3 veces mayor a la que tendrían en su país, lo cual beneficia a los exportadores de productos nostálgicos creando un ambiente comercial estable con proyecciones de crecimiento.

Un ejemplo de comercialización de la nostalgia es el de los guatemaltecos residentes en los Estados Unidos por negocio de las piñatas, es un objeto cultural y tradicional en las fiestas, ya no debe ser recordado con nostalgia, porque pueden comprar una para sus festejos infantiles.

#### 2.2.4. Efecto en las exportaciones de países latinoamericanos

Las exportaciones de productos nostálgicos no constituyen una cantidad representativa del total de las exportaciones de un país latinoamericano sin embargo, representa una oportunidad de creación y crecimiento para pequeñas empresas. En países latinoamericanos las pequeñas y medianas empresas manufactureras generaban alrededor de 50% del empleo en ese sector y aportaban más del 30% del PIB manufacturero en los años noventa.

Las exportaciones de productos agrícolas hacia los Estados Unidos han aumentado entre el periodo 2000-2010, es más factible exportar productos de primera necesidad y que se puedan así el mercado no se reduce, pero el efecto repercute en las oportunidades que crea para pequeños inversionistas y crecimiento de ingresos de los mismos.

#### 2.2.5. Situación del mercado y oportunidades

Las oportunidades que existen en mercados internacionales para las PYMES (medianas y pequeñas empresas) incrementan los beneficios de este sector, en especial al sector más rezado en el cual se encuentran los fabricantes de productos de la nostalgia y productos étnicos los cuales se caracterizan por ofrecer mercados diferenciados y aunque requieren cumplir con normas de exportación como normas sanitarias y fitosanitarias para ingresar al mercado de los Estados Unidos no se ven afectados por una estandarización internacional de normas de calidad ni necesitan tener tecnologías de alto costo para ingresar al mercado. Muchos son los retos que deben enfrentar los exportadores para poder aprovechar estos mercados potenciales como la cultura empresarial, el cumplimiento de las normas y requisitos para ingresar al mercado estadounidense, las empresas ya consolidadas y posicionadas.

La población latinoamericana en los Estados Unidos producto de las migraciones del sur ya constituye un porcentaje importante de los habitantes de este país y su tasa de crecimiento demográfico es mayor a la de los otros grupos sociales así como sus ingresos constituyen una fuente de demanda potencial considerable de productos provenientes de sus países de origen.

### 2.3. Oferta y demanda de productos de nostalgia

#### 2.3.1. Demanda de productos nostálgicos e importaciones en los Estados Unidos

##### Demanda

La creciente población inmigrante es la que se debe tomar en cuenta en este punto, las más de 50 millones de personas inmigrantes latinoamericanas son quienes hacen posible este mercado y su progresivo aumento de la tasa de tasa de crecimiento como se lo detalla en el siguiente cuadro 17.

CUADRO 17

PROYECCION DE TASA DE CRECIMIENTODE  
HISPANOS EN ESTADOS UNIDOS

Fuente: Naciones Unidas, comosion de lo económico

Recopilado por: Catalina Montalvo

Las estimaciones indican que la población hispana llegará a los 55 millones de personas para el año 2020 y los 68 millones de personas para el año 2030 lo que sería el 19% del total de la población de los Estados Unidos en comparación del 6% en el año 1980 como se demuestra en el cuadro, factores importantes mostrando oportunidad para este sector y PYMES en el mercado de inmigrantes en este país, es este segmento el que representa una fuente de demanda de productos provenientes de sus países de origen principalmente alimentos.

Las pequeñas empresas y en general los países latinoamericanos tienen una ventaja comparativa y es que existe una relación entre el migrante y el producto, la demanda refleja confianza del consumidor pues este producto es de su preferencia frente a otros nacionales.

- Florida

En cuanto a la Florida las proyecciones del crecimiento de la población se las puede visualizar en el siguiente cuadro:

GRAFICO 18

CRECIMIENTO DE LA POBLACION LATINOAMERICANA EN LA FLORIDA 2006-2010 Y PROYECCION 2011-2015

Fuente: US CENSUS

Elaborado por: Catalina Montalvo

Según datos de la proyección del crecimiento de la población latinoamericana en la Florida en el año 2006 existían 3.607.369 hispanos y latinoamericanos y para el año 2015 existirán 4.994.350 desarrollando un crecimiento del 38,4% entre estos años, en el año actual 2012 el número de inmigrantes latinos en la Florida es 4.532.023 lo cual es el mercado objetivo para la exportación de las tortillas de yuca, estas personas se toma una muestra del 10% (453.202,3 personas) que estarían dispuestas a consumir una tortilla diaria, por ser un producto nostálgico y de fácil acceso debido a su precio, esta es la demanda que no está cubierta porque no hay oferta de tortillas de yuca y según la proyección del gráfico 18 el mercado seguiría aumentando por lo tanto la demanda también.

Importaciones de productos nostálgicos en los Estados Unidos

GRAFICO 19

IMPORTACIONES DE PRODUCTOS NOSTALGICOS Y ETNICOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

Fuente: Naciones Unidas, composición de lo económico

Recopilado por: Catalina Montalvo

Si bien las importaciones de productos étnicos y nostálgicos no tienen una gran presencia en las importaciones totales de los Estados Unidos, la proyección que tuvieron estas durante una década en el periodo del año 1990 – 2001 es creciente como comprueba el gráfico 19, además las exportaciones de alimentos de países latinoamericanos la tendencia continúa.

Se puede diferenciar que los productos de mayor demanda en este periodo fueron los textiles, confección y tejidos seguidos por el segmento de los productos alimenticios y bebidas, siendo este el más apetecido por las PYMES, se pretende llegar al consumidor por medio de productos que le hagan recuerdo a su país natal y el camino más factible es el de los alimentos que son los que producen el sentido de nostalgia en mayor intensidad.

2.3.2. Potencial oferta de productos nostálgicos y capacidad de exportación de países latinoamericanos y PYMES

#### Oferta

Los productos que los países latinoamericanos ofrecen son considerados potenciales, el fuerte de estos países es el mercado que no se lo ha explotado adecuadamente, las pequeñas empresas especializadas en diferentes productos son viables exportadoras pero en su mayoría se destina el producto al consumo interno. La exportación de yuca hacia los Estados

Unidos no es un negocio copado, de hecho la exportación es escasa, Costa Rica es el único país que exporta yuca en cantidades notables con alrededor de 73000 toneladas, y 77.000 millones de dólares en el año 2011, el resto de países exportan eventualmente, la oferta de este producto y sus derivados es escasa, por lo tanto la oportunidad de ingreso al mercado para las tortillas de yuca es significativa.

### Capacidad de exportación

Las empresas pequeñas que son las que generan los productos nostálgicos lo hacen para consumo interno pero su alto nivel de productividad genera incentivo y facilidad de exportación, se especializan en lo que la población latinoamericana en los Estados Unidos demanda: bebidas, alimentos y tabacos.

Solamente las empresas grandes dirigen su producción a mercados externos siendo las pequeñas las que tienen oportunidad en el mercado de la nostalgia por su producción de bienes para el sector de los inmigrantes en Estados Unidos.

## 2.4. Yuca en los Estados Unidos

### 2.4.1. Consumo de la yuca en Estados Unidos

La yuca no es un alimento de consumo masivo en los Estados Unidos al ser un producto tradicional de América Latina y África, el crecimiento de poblaciones latinas, caribeñas y africanas el consumo de la yuca y tubérculos ha crecido con una tasa anual del 4%, por lo que el producto va direccionado al segmento de inmigrantes principalmente latinoamericanos.

En el cuadro 18 las importaciones de yuca y sus derivados en los Estados Unidos con el mundo tienen una proyección positiva, en el periodo del año 2006 – 2008 las importaciones iban en aumento, sin embargo del año 2008 al 2009 las importaciones cayeron relativamente a causa de la crisis económica, pero para el año 2011 estas se vuelven a recuperar con expectativas positivas llegando a un valor de 180,656 mil millones de dólares. Los resultados del cuadro evidencian que hay un consumo de yuca lo suficientemente significativo para los países productores y exportadores de este alimento.

## CUADRO 18

### IMPORTACIONES DE YUCA DE ESTADOS UNIDOS

Fuente: TRADEMAP

Recopilado por: Catalina Montalvo

El principal exportador de yuca para Estados Unidos es Costa Rica que llegó a exportar 73.000 toneladas de yuca en el año 2011, principal competidor para Ecuador que ocupa el tercer lugar y llegó a exportar alrededor de 18.000 toneladas de yuca en el 2011 hacia los Estados Unidos valor que aumento desde el año 2010, Ecuador debe enfocarse en las zonas de demanda que Costa Rica no puede abastecer como la costa este, Costa Rica abastece los mercados de California, Texas pero no los mercados de la Florida.

Beneficiarios del comercio de la yuca como producto nostálgico en Estados Unidos

## GRAFICO 20

### BENEFICIARIOS DE LA EXPORTACION DE YUCA A ESTADOS UNIDOS

Fuente: Politecnica Nacional

Recopilado por: Catalina Montalvo

La exportación de la yuca es una cadena que involucra a varios sectores e individuos en su proceso beneficiándolos económicamente, los agricultores realizan el proceso de producción del producto lo cual ayuda a las empresas procesadoras y exportadoras a cumplir su razón y su beneficio es la paga por la yuca cosechada, las pequeñas empresas procesan la yuca y la envasan o embalan para ser exportadas, éstas a su vez generan trabajo lo cual beneficia a todos los ciudadanos trabajadores de estas empresas, en caso de existir intermediarios ellos se encargan de exportar la mercadería y generan una fuente de trabajo, y los últimos beneficiados son las empresas importadoras en los Estados Unidos y los consumidores que satisfacen su requerimiento de un producto ligado al segmento de la nostalgia.

### CAPITULO III

PROCESO DE EXPORTACION DE YUCA DEL ECUADOR A ESTADOS UNIDOS Y REQUERIMIENTOS NECESARIOS PARA SU EXPORTACION CON ESTRATEGIAS DE INGRESO AL MERCADO

### 3.1. Normatividad para el Ingreso al mercado de los Estados Unidos

#### 3.1.1. Normas de calidad, certificados y registros

##### Normas de calidad

En Estados Unidos existe un marco normativo regulatorio en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente, el objetivo de este país, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, aquellos productos que cumplan los más altos estándares de calidad tendrán preferencia por parte de los consumidores. A continuación algunas de las normas o certificaciones y sellos requeridas para la exportación y las que el producto tendrá que adquirir.

a) ISO 9000: especifica la manera en que una organización opera, sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio.

b) ISO 14000: aplicable al cuidado del medio ambiente. Esta norma permite definir los conceptos y procedimientos para que las organizaciones puedan medir, analizar, valorar, describir y comunicar su desempeño ambiental, con miras a un gerenciamiento apropiado. A partir de esta certificación se obtiene el “sello verde”

##### Certificado de origen

Todos los productos lo requieren para comprobar su procedencia en el país de destino y verificar el cumplimiento de las normas internacionales y preferencias arancelarias en caso que existan.

##### TRÁMITE A SEGUIR:

1. Registro en el Sistema de Identificación Previa a la Certificación de Origen en el sitio web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de las subpartidas que se exportan.
2. Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación o si existe perfil de riesgo que puede motivar observaciones de las aduanas de destino.
3. Elaboración del informe técnico por parte del funcionario delegado para la verificación, que concluye si la mercancía a exportar, cumple o no las reglas de origen según el mercado de exportación.
4. Comunicación del resultado al usuario.
5. El usuario cancela el valor del Certificado de origen (usd 10.00).
6. El usuario llena los datos del Certificado de origen.
7. El funcionario habilitado revisa el contenido del certificado de origen, verifica la información con otros documentos como la factura, luego procede a legalizar el certificado de origen, a través de la firma y sello que se encuentra registrado en las Aduanas de los países de destino.

Registro de la FDA y Requisito de Agente Americano, Ley contra el Bioterrorismo, (U.S. FDA Food Facility Registration and U.S. Agent Requirements)

Registro U.S. FDA (Food and Drugs Administration), Oficina de Administración de alimentos y estupefacientes de los Estados Unidos, es requerido para todas las empresas o negocios que fabrican, procesan, empaican o almacenan alimentos, bebidas o suplementos dietéticos que pueden ser consumidos en los Estados Unidos por los seres humanos o animales. Las empresas ubicadas fuera de Estados Unidos deben designar a un agente de EE.UU. para comunicaciones con U.S. FDA.

### Registro de marca

Una marca registrada es un logotipo, un símbolo o una palabra que permite distinguir los productos o servicios que otorga y ofrece una empresa o una persona de otras en el mercado, el registro de marca es esencial al ser una evidencia de propiedad exclusiva de un producto o servicio en un país específico con lo que se facilita un proceso en caso de existir marcas similares o plagios, además es la certificación que comprueba que la marca es legal en un país.

Las tortillas de yuca deben tener certificación expedida por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, institución del estado que legaliza la comercialización de productos y marcas registradas, en el caso de Ecuador.

En los Estados Unidos, mercado objetivo, la Oficina de Patentes y Marcas Registradas (United States Patent and Trademark Office, USPTO) se encarga de las marcas registradas y determina si un solicitante cumple o no con los requisitos para el registro federal. El registro dura 15 años.

### Norma COOL

La Oficina de Seguridad de Alimentos e Inspección de Servicio, (Food Safety and Inspection Service, FSIS) del USDA, la Oficina de Patentes y Marcas Registradas, aprobó la norma COOL, en la cual se condiciona a que los minoristas que comercializan frutas y hortalizas frescas y congeladas con una facturación mínima de US\$ 230,000 al año deberán etiquetar dichos productos en la venta minorista indicando el país de origen.

#### 3.1.2. Requisitos sanitarios para productos de origen agrícola procesados

Certificados fitosanitarios para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA-MAG.

Los registros sanitarios que mantienen Estados Unidos los hace a través de la Oficina de la FDA que regula los procesos de Prácticas de Buena Producción, Good Manufacturing Practices (GMP) y niveles de defectos aceptables.

#### 3.1.3. Control e inspección del FDA (Food and Drugs Administration)

La Oficina de Administración de alimentos y medicamentos, FDA (Food and Drugs Administration) es una agencia del Departamento de Salud y Servicio Humano de los Estados Unidos, responsable de proteger la salud pública y asegurar que los alimentos son seguros para el consumo mediante la

regulación de los insumos y medicamentos de uso humano y veterinario, vacunas y otros productos biológicos, dispositivos médicos, el abastecimiento de alimentos en nuestro país, los cosméticos, los suplementos dietéticos y los productos que emiten radiaciones, la FDA también se encarga de favorecer la salud pública mediante el fomento de las innovaciones de productos y proveer al público la información necesaria, exacta, con base científica, que le permita utilizar medicamentos y alimentos para mejorar su salud.este trabajo es en los 50 estados del país.

El FDA regula los alimentos, aditivos alimenticios, formulas infantiles, suplementos dietéticos, medicamentos de uso humano, cosméticos alimentos, derivados del tabaco, entre otros , con el fin de garantizar la salud pública.

### Ley contra el bioterrorismo

El gobierno de los Estados Unidos ha implementado una serie de normas que regulan la entrada de productos agroalimentarios al país, la Ley de Seguridad de salud pública y Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo entró en vigencia en el 2002 con el mandato del ex presidente George W. Bush, después de los atentados del 11 de Septiembre, con esta ley se pretende eliminar cualquier amenaza de nuevos ataques terroristas, en este caso ataques biológicos, el uso de sustancias dañinas y tóxicas contra la población con el propósito de generar enfermedades, muerte y pánico como manera de atacar la seguridad estadounidense.El FDA es el encargado de hacer cumplir esta ley y de controlar el ingreso de alimentos al país con el fin de mantener la seguridad pública.

Ley de Seguridad de salud pública y Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo, llamada Ley contra el Bioterrorismo consiste en los siguientes parámetros:

#### a) Registro de Instalaciones Alimentarias

Este es un requisito para todos los exportadores de productos agroalimenticios a los Estados Unidos, estos deben estar registrados como exportadores por la FDA, este registro debe ser completado por los propietarios u operadores a cargo de las instalaciones, las instalaciones sujetas a este requisito son todas aquellas donde se procesen, empaquen, embalen, almacenen alimentos destinados para el consumo humano y animal , para esto la FDA ha determinado control en lo siguiente:

Fuente: FDA

Elaborado por: Catalina Montalvo

Los alimentos que implica esta norma son:

- Ingredientes dietéticos y suplementos dietéticos
- Fórmulas para infantes
- Bebidas (incluyendo bebidas alcohólicas y agua embotellada)
- Frutas y hortalizas
- Pescados y mariscos
- Productos lácteos
- Productos agrícolas crudos para uso como alimentos o componentes de alimentos
- Alimentos enlatados y congelados
- Productos de panadería, bocadillos y dulces (incluyendo goma de mascar)
- Animales vivos para consumo
- Alimentación animal y alimentos para mascotas

Están excluidos los restaurantes, instalaciones reguladas exclusiva y totalmente por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos: instalaciones que sólo manipulen productos cárnicos, avícolas, o huevos. Barcos pesqueros, naves pesqueras, establecimientos sin ánimo de lucro, establecimientos de venta al por menor como supermercados, instalaciones extranjeras.

b) Notificación previa

Este documento es obligatorio para alimentos que se van a almacenar, distribuir o comercializar en los Estados Unidos o transbordo de alimentos a través de los Estados Unidos hacia otro país, la notificación previa es llenada por los bróker o importadores, esta se manda a la oficina del servicio

de aduanas de los Estados Unidos (Bureau of Customs and Border Protection, CBP). La FDA revisa, evalúa y juzga la información antes de que el alimento arribe a puerto estadounidense.

c) Establecimiento y mantenimiento de registros

Para un mejor control de los productos exportados que se comercializan en los Estados Unidos la FDA ha previsto establecer y mantener un registro para todos los individuos, sociedades, corporaciones y asociaciones que elaboren, almacenen, importen, transporten, distribuyan y procesen alimentos en los Estados Unidos, el requisito no aplica para los exportadores que no envían sus productos en medios de transporte propios, sin embargo todas las empresas deben mantenerlo para asegurar su rastreabilidad.

d) Detención administrativa

La FDA puede retener o incautar alimentos que estén en proceso de ingreso a los Estados Unidos si tiene pruebas o sospechas de que estos representan un peligro o amenaza para la salud de los ciudadanos y/o animales que los consumirían con el fin de salvaguardar la seguridad alimenticia y evitar algún atentado contra la población.

Productos bajos en acidez y altos en acidez

La FDA ha establecido que todas las empresas que elaboran alimentos empaquetados registren todos los métodos de producción del alimento previo al embarque para determinar el nivel de acidez. El objetivo es regular la bacteria de *Clostridium botulinum* (agente del botulismo). La FDA también controla los aditivos en alimentos.

Etiquetado nutricional de alimentos

En caso de ser alimentos procesados de consumo común deben llevar un etiquetado básico nutricional, este debe ser presentado en inglés con sus sistemas de medición. En el caso de tortillas de yuca su presentación es determinante.

#### 3.1.4. Aranceles impuestos para la exportación yuca

Sin la existencia de un acuerdo comercial entre Ecuador y Estados Unidos, las exportaciones hacia el norte están expuestas a aranceles de ingreso, el arancel para la yuca en forma congelada es de 7,3% , las tortillas de yuca son productos que necesitan refrigeración y se acatan a este impuesto.

### 3.2. Comercialización

#### 3.2.1. Presentación del producto

##### Descripción

Las “tortillas de yuca” es un producto semi-procesado hecho a base de yuca rayada, agua, manteca vegetal, sal, polvo de hornear y conservantes, un alimento para preparar recetas hispanas. La presentación es en paquetes de 5 tortillas cada uno.

##### Logotipo

El logotipo para las tortillas de yuca está conformado con frases en español, muchos de sus consumidores serán habla hispanos y en inglés debido al idioma oficial del país, además existen consumidores que no son inmigrantes pero hijos de los inmigrantes que son bilingües.

##### Presentación del etiquetado nutricional

Los valores nutricionales para un producto comercializado en los Estados Unidos siempre deben estar escritos en el idioma inglés. La siguiente imagen se indica la etiqueta para las tortillas de yuca, en la cual al ser un producto natural las calorías no deben pasar las 110 por porción.

### Empaque individual

Las “tortillas de yuca” serán empacadas con polipropileno biorientado, estas son 2 resistentes capas laminadas que no producen daños al alimento, lo conservan en buen estado y garantizan un periodo de vida útil del producto, las “tortillas de yuca” hasta llegar a su consumidor final.

### 3.2.2. Canales de distribución

El canal de distribución para las “tortillas de yuca” es el minorista, por medio de supermercados, hipermercados y tiendas, los supermercados en el estado de La Florida de mayor acogida por latinos son Publix, Win Dixie y Estrella, se enfoca en estos 3 para la llegada al consumidor final.

### 3.3. Logística Internacional

#### 3.3.1. Tipo y naturaleza del producto a exportar

##### Tipo de carga

Son productos individuales por lo que es una carga general que se diferencia de las a granel, para el proceso de exportación se los agrupa en cajas, paquetes o contenedores.

##### Naturaleza de la carga

Las “tortillas de yuca” son productos perecederos, tienen un límite de tiempo de consumo, deben mantenerse refrigerados para que la materia no se descomponga. Siendo un alimento hecho a base de yuca rayada, amasada, es de consistencia suave, para su exportación deben transportarse con la protección adecuada para que los productos no estén expuestos a daños, golpes o peso que pueda modificar su forma y deteriorar los componentes con mayor rapidez.

#### INCOTERM y medio de transporte utilizado

La función del Incoterm es clasificar y distribuir los costos, responsabilidades y limitar los riesgos entre compradores y vendedores a nivel internacional. El medio de transporte escogido es marítimo y el incoterm FOB Free On Board – Libre a Bordo, el vendedor tiene la responsabilidad hasta que la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido, el comprador es quien se encarga de los costos, riesgos, pérdida o daños de las mercaderías desde aquel punto, este representa un beneficio para el exportador, incurre solo con los gastos de transporte internos y no del transporte internacional.

Obligaciones del vendedor: Entregar la mercancía y documentos necesarios, empaque y embalaje, flete (de fábrica al lugar de exportación), aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos), gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

Obligaciones del Comprador: Pago de la mercancía, flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación, gastos de importación, maniobras, almacenaje, agentes), aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos), flete (lugar de importación a planta), demoras.

IMAGEN 5

INCOTERM FOB

Fuente: Aula virtual

Recopilado por: Catalina Montalvo

#### Tipo de transporte

El tipo de transporte que se utilizará es el marítimo, el producto a exportar tiene un periodo de consumo suficiente para cubrir el tiempo necesario de transporte en buques por lo que no perecerá antes de llegar al consumidor, será empacado debidamente para evitar percances durante el viaje y el personal del buque clasifica las mercancías según su naturaleza, el costo de este medio de transporte es menor que el aéreo por el tiempo que toma llevar la mercancía hasta los Estados Unidos. Se debe recurrir a una agencia de carga que sirve de intermediario entre el exportador y la flota.

#### Envase, embalaje y empaque para exportación

- Envase: las tortillas de yuca serán envasadas en láminas de polietileno biorientado que protege al producto y lo mantiene fresco por mayor tiempo siendo un alimento perecedero, esta funda debe tener la etiqueta impresa en la parte frontal y la tabla nutricional en inglés en la parte posterior junto con sellos y registros requeridos. El envase no debe alterar el sabor ni la forma del producto.

- Embalaje: es la protección del producto en forma colectiva durante su transporte, exportación y distribución, el embalaje para las tortillas de yuca son cajas de madera que protege el producto para no ser aplastados.

IMAGEN 6

EMBALAJE

Fuente: Mecalux

Recopilado por: Catalina Montalvo

- Empaque: el material general para la exportación es un sistema de sello en la unión de dos productos, se basa en tres capas:

1. Es el envase que tiene contacto directo con el producto, su función comercial consiste en exhibir atractivamente el producto para el cliente.
2. Es el que agrupa varias unidades en un solo empaque, para las tortillas de yuca serán cajas de cartón que agruparan 200 unidades.
3. Es el empaque que agrupa el empaque secundario las cajas de tortillas de yuca para la exportación final, para este producto se utilizaran cajas de madera para proteger al producto. En este empaque debe estar especificado la identificación, especialidad y la ubicación durante el proceso de comercialización, características del producto, datos para inventario, instrucciones sobre el manejo de la mercadería y seguridad para las personas que van a manejar a carga, otra especificación importante es la ubicación del exportador e importador.

### 3.3.2. Procedimientos y documentación aduanera exigidos en Ecuador

#### Documentación

Para poder exportar y seguir todas las normas requeridas para exportar desde el Ecuador se necesitan los siguientes requisitos:

- Registro de exportador: se debe obtener un RUC en el Servicio de Rentas Internas previo registro, registrar los datos en la página web de la aduana, llenar la solicitud y presentarla en el SENA. E.
- Declaración de exportación: es un formulario de Declaración Aduanera Única de Exportación en el cual todas las exportaciones deben ser detalladas y se debe adjuntar factura comercial original, autorizaciones previas, certificado de origen, documento de transporte, orden de embarque impresa.

#### Proceso de exportación

- Fase de Pre embarque: se inicia con la orden de embarque (datos de la intención previa a exportar) en formato electrónico en la Aduana en la cual se detallan datos de la exportación como datos del exportador, descripción de la mercadería, cantidad, peso y factura provisional, al ser aceptada por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior SICE, la mercancía puede ser trasladada a la zona primaria donde se embarcará la mercancía para su destino final
- Fase post embarque: se presenta la declaración aduanera DAU hasta 30 días después del embarque de la mercancía, previo los transportistas deben enviar información de la carga de exportación, el SICE valida toda la información y se envía un mensaje de aceptación al exportador y este debe presentar la DAU numerada en el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía.

#### 3.4. Inserción de “Tortillas de yuca” en los Estados Unidos

##### 3.4.1. Estrategias de ingreso al mercado

##### Estrategia de Distribución

El canal de distribución involucra a todas las organizaciones envueltas en el proceso de colocar un producto a disposición de sus consumidores, en ocasiones los intermediarios forman parte de esta cadena al contar con la experiencia, los contactos para facilitar la colocación del producto del exportador.

## GRAFICO 21

### ACTORES EN EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

Elaborado por: Catalina Montalvo

El gráfico 21 determina los actores que participan en la cadena hasta que el producto llegue al consumidor final. En este caso el canal de distribución es el minorista indirecto que puede involucrar a intermediarios quienes facilitan el trabajo del fabricante con un leve incremento en el precio del producto, con los intermediarios el fabricante no se preocupa por su distribución ni almacenamiento y se le entrega el producto a intermediarios y minoristas conocedores del tema.

Cada actor de la cadena tiene una función específica, el fabricante es quien procesa y elabora el producto objeto de la exportación, el intermediario mayorista compra el producto al fabricante o simplemente sirve como medio para llegar al próximo actor, los actores minoristas son supermercados, hipermarkets y tiendas en la Florida, en este caso Publix, Winn Dixie y supermercados Estrella, y el ultimo actor es el consumidor quien cierra la cadena de distribución.

Publix, Winn Dixie y Estrella son supermercados conocidos y concurridos por migrantes en la Florida, son de confianza y agrado de los consumidores al ofrecer productos seleccionados y de mayor demanda en perchas donde el consumidor puede apreciar el producto y sus detalles e incluso degustarlo en algunas ocasiones.

Se han escogido estas cadenas de supermercados pensando en la comodidad del consumidor final, los supermercados son vendedores minoristas y mayoristas de una serie de productos donde los consumidores tienen el placer de adquirir todos los alimentos y artículos requeridos principalmente para el hogar en lugar de tener que ir a lugares especializados en una sola gama de productos específicos.

Las tortillas de yuca son un producto de consumo masivo y no especializado, siendo los supermercados el mejor camino de venta rápida y pesada, es un alimento pre cocido que puede

ser de consumo diario y sencillo y general más no gourmet por lo que se enfoca de la misma manera en un mercado de ingresos medios y no en el que tienen un alto nivel de vida.

## Estrategia de Precio

Una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básicos a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto, debe ser debidamente estructurada porque no se puede modificar. La estrategia de precio es uno de los ingredientes para llegar a la meta del comerciante o empresa, para su elaboración se debe tener en cuenta el objetivo de la empresa, flexibilidad del producto y orientación del mercado meta.

El precio de ingreso al mercado es fundamental en la estrategia de posicionamiento general, el precio debe cubrir los costos fijos y variables del proceso de elaboración del producto así como costos de transporte, exportación, distribución, comisiones de intermediarios además debe existir un porcentaje de beneficio del 30% o más, en el mercado de los Estados Unidos la capacidad de compra o poder de adquisición para un producto de bajo costo es alto y la fidelidad del mercado de la nostalgia es evidente. En el caso de las tortillas de yuca el precio debe ser conveniente para el consumidor, este no es producto gourmet sino de consumo masivo, el precio se basará en cubrir los costos, obtener un beneficio y satisfacer al cliente.

Los costos que se deben cubrir son:

### Costos fijos

- Maquinaria, equipos e implementos para la elaboración de las tortillas de yuca
- Mantenimiento

### Costos variables

- Materia prima, varía depende de la producción mensual, y demás ingredientes

- Gastos varios
- Costos de flete depende cuanto se exporte
- Transporte interno de la mercancía
- Servicios básicos
- Salarios de empleados que se encargan de la elaboración y transformación de la yuca (mano de obra), contabilidad, administrativo

Al principio de la vida del producto se busca cubrir costos fijos y variables y recuperar la inversión obteniendo a su vez una ganancia para cada accionista, una vez recuperada la inversión el restante después de costos variables es ganancia neta para los propietarios, el costo del producto en sus inicios no será elevado, hasta que este se posea en el mercado y pueda incrementarse a largo plazo dependiendo de la economía del país.

La estrategia de ingreso que se utilizará es la estrategia de penetración , primordial para productos nuevos, esta se usa cuando la demanda es sensible al precio, cuando existe la posibilidad de entrada de nuevos competidores, se basa en una economía de escala, los precios bajos atraerán alta demanda que permitirá producir en grandes cantidades reduciendo costos. Se pretende recuperar la inversión a mediano plazo y posesionarse rápidamente en el mercado con precios bajos, el mercado al que está dirigido “las tortillas de yuca” es de ingresos medios con poder de adquisición suficiente para productos generales y no gourmet, si bien el mercado objetivo son los migrantes que adquieren productos por nostalgia también influye el precio del producto en su compra.

#### Estrategia de Promoción

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición. La promoción es importante para dar a conocer el producto y facilitar su ingreso y posicionamiento en el mercado.

La promoción que se dará a “las tortillas de yuca” para el ingreso a los supermercados son cupones de descuento, cada supermercado cuenta con folletos o revistas informativas con las promociones semanales de los diferentes productos que ofrecen, se brindará un descuento en

cada paquete de tortillas de yuca que costarán. Se puede ofrecer degustaciones del producto acompañándolo con algún otro ingrediente.

Publicidad en revistas es una alternativa válida y de menor costo que la publicidad televisiva, el objetivo es hacer anuncios en revistas que adquieren los adultos y en particular en revistas del hogar, estos anuncios deben dar a conocer las características del producto, sus propiedades, beneficios y el lugar de adquisición del mismo junto con el logo y la presentación del producto en imagen.

### 3. ANÁLISIS

El cultivo de la yuca se desarrolla en las colinas exteriores de la cordillera, pie de monte, llanuras tropicales suelos pobres o en tierras marginales donde no se pueden producir otros cultivos, éste requiere de pocos fertilizantes, plaguicidas y agua, se cosecha en cualquier momento entre los 8 y 24 meses después de haberla plantado.

La yuca en el Ecuador se produce en costa, sierra y oriente, la costa occidental, la Amazonía oriental y los valles interandinos Loja y Santo Domingo de los Colorados, en la provincia de Manabí, el mayor porcentaje de productores está constituido por pequeños agricultores de escasos recursos, estos principalmente la siembran para consumo propio en superficies pequeñas sin utilizar tecnologías avanzadas, los medianos productores la cultivan para comercializarla o venderla a intermediarios colombianos.

La producción de la yuca en el Ecuador es extensa y poco aprovechada, se cultiva en casi todo el país y se la utiliza principalmente para uso interno o autoconsumo.

El mercado de destino es el mercado de la nostalgia en los Estados Unidos y las tortillas de yuca tienen un concepto de producto nostálgico, se trata de productos con los que los migrantes residentes en los Estados Unidos están familiarizados, existe una relación de afinidad con el producto.

Los inmigrantes consumen los productos de la nostalgia porque se sienten a gusto al consumir productos que les recuerden a su país natal y a su cultura, prefieren productos provenientes de su país o que les recuerde a él, además los inmigrantes cada vez incrementan su poder adquisitivo lo cual los convierte en una mejor opción para la compra de estos productos.

Cuatro de cada diez inmigrantes compran artículos importados desde sus países o que les recuerden a ellos, además estudios afirman que las personas que envían remesas y llaman con frecuencia a sus familiares en el país de origen tienden a comprar más productos nostálgicos por su vinculación más cercana con sus países de origen.

Estos productos se los adquiere en supermercados, de estos el 55% es de procedencia de marcas conocidas pero un 23% es de marcas nuevas y los compradores confían en ellas simplemente por el hecho de ser elaborado en su país de origen.

En el estado de la Florida existen alrededor de 4.000.000 de inmigrantes lo que representa el 17% de la población actual, en el área del puerto incluso se abrieron varias comunidades de diferentes partes del mundo: argentinos, bahameses, brasileños, canadienses, chilenos, chinos, colombianos, cubanos, dominicanos, ecuatorianos, franceses, alemanes, griegos, guatemaltecos, guyaneses, haitianos, hondureños, jamaicanos, indios, italianos, mexicanos, nicaragüenses, peruanos, rusos, salvadoreños, trinitenses, turcos, sudafricanos y venezolanos, también una gran comunidad puertorriqueña, en su mayoría latinos.

Entre las colonias más grandes están los mexicanos, cubanos, dominicanos, colombianos, ecuatorianos, salvadoreños, hondureños y otros, se han creado supermercados que tienen variedad de productos importados desde países latinoamericanos como el supermercado Estrella y Winn Dixie en el estado de La Florida, los latinoamericanos exigen que las tiendas abasten productos como tortillas y frijoles, los productos exportados por un país latinoamericano no se enfocan en los inmigrantes de su país sino en todos los inmigrantes latinoamericanos en general.

El crecimiento de la población latinoamericana en la Florida desde el año 2000 es significativa, en el año 2000 residían 2.682.715 de hispanos en la Florida con un crecimiento del 16.8%, en el año 2010 tenemos 4.223.806 de hispanos con un crecimiento del 22.5%, durante el periodo 2000 – 2010 la población tuvo un crecimiento de más de 57.4%, más de la mitad de la población hispana en el año 2000. La Florida es uno de los estados de mayor crecimiento demográfico en los Estados Unidos.

Los inmigrantes en la Florida representan la cuarta parte de la fuerza laboral, para este estado los inmigrantes son mas una ayuda que una amenaza al contribuir con mano de obra, generando

empleo y pagando los impuestos correctamente, los inmigrantes generan flujo de capital y cada vez mas son los latinos que se superan logran tener un nivel de vida alto.

El crecimiento del poder adquisitivo de los inmigrantes en la Florida es notable su curva es progresiva por lo que su proyección debe ser similar, la Florida ocupa uno de los primeros lugares en cuanto al poder adquisitivo de latinoamericanos con 107.000 millones de dólares para el año 2011.

La población latinoamericana en la Florida en el año 2006 fue 3.607.369 hispanos y latinoamericanos y para el año 2015 existirán 4.994.350 desarrollando un crecimiento del 38,4% entre estos años, en el año actual 2012 el número de inmigrantes latinos en la Florida es 4.532.023 lo cual es el mercado objetivo para la exportación de las tortillas de yuca.

Los productos que los países latinoamericanos ofrecen son considerados potenciales, el fuerte de estos países es el mercado que no se lo ha explotado adecuadamente, las pequeñas empresas especializadas en diferentes productos son viables exportadoras pero en su mayoría se destina el producto al consumo interno.

La exportación de yuca hacia los Estados Unidos es insignificante, Costa Rica es el único país que exporta yuca en cantidades notables a Estados Unidos, la oferta de este producto y sus derivados es escasa.

Para el ingreso de alimentos al mercado de los Estados Unidos ha implementado varias políticas, como la ley de bioterrorismo después del atentado a las Torres Gemelas de Nueva York del 11 de septiembre del año 2001, además se requieren certificados internos, sanitarios, fitosanitarios, certificado de origen, entre otros.

#### 4. CONCLUSIONES

El desarrollo la investigación se concluye que la hipótesis del trabajo se cumple al existir los recursos y condiciones necesarias que corrobora la prefactibilidad para la exportación de “tortillas de yuca” y yuca procesada a los Estados Unidos. Lo que involucra el presente análisis es la investigación de la producción de yuca en el Ecuador, el entorno del mercado objetivo y los procesos de exportación, además de las siguientes razones:

- Se comprobó que la producción de yuca en el Ecuador es extensa, principalmente en las provincias de la costa, y en suficientes cantidades para abastecer el mercado interno y exportar, además de su creciente índice de exportación e importación de los Estados Unidos, la demanda del mercado de los inmigrantes latinoamericanos en la Florida es positiva, tienen predisposición de adquirir productos hechos en su país de origen, además que la población latinoamericana sigue en crecimiento junto con su poder adquisitivo, por último el proceso de exportación es posible siempre y cuando se cumplan con todas las normas y requisitos que exigen Ecuador y Estados Unidos.
- La yuca presenta oportunidades y ventajas para los agricultores de bajos ingresos y pequeños productores, por sus particularidades de cultivo puede quedarse en la tierra como defensa contra la escasez de alimentos sin mayor cuidado en caso que no sea aprovechada para su consumo, venta, o exportación.
- La producción de yuca en el Ecuador es extensa, se cultiva en varias provincias del Ecuador, la cual no es aprovechada al ser en la mayoría de los casos de autoconsumo, esto a consecuencia de la falta de educación sobre el tema para agricultores de la zona.
- La producción de yuca en varias zonas del Ecuador no es lo suficientemente aprovechada, se la destina principalmente para cubrir la demanda nacional o autoconsumo de quienes la cultivan.
- Al existir migrantes hispanos en los Estado Unidos implica que aun cuando las empresas no puedan cubrir costos de transacción y promoción altos, habrá un público interesado en comprar el producto. Es una demanda que refleja una confianza del consumidor en el producto.

- Son productos con ventajas comparativas, debido a que ya se ha establecido una preferencia por el producto por cuestiones de cultura, arraigo, nostalgia, lo cual los convierte en bienes diferenciados.
- Se trata de un consumo permanente, no asociado a la moda sino a la cultura y al arraigo a los países de origen de esas poblaciones además, se vinculan a ingresos superiores a los de los países de origen.
- El mercado de la nostalgia tiene un potencial de demanda mayor a la que existe actualmente para el resto de mercados, muchos productos serían consumidos por la población hispana en los Estados Unidos si estuvieran disponibles.
- El mercado de la nostalgia es un mercado fiel para los productos provenientes de Latinoamérica, con el fin de sentirse más cerca de su país natal confían en productos provenientes de su país o que le recuerden al mismo.
- La cantidad de latinos en el estado de la Florida resulta un mercado bastante extenso y para la inserción de las tortillas de yuca es una ventaja, al ser un mercado tan grande influyen en las ventas de los supermercados estos deben abastecerse de los productos demandados por los inmigrantes hispanos.
- La población hispana o latinoamericana en la Florida ha aumentado un 57% en la última década 2000-2010 y su proyección para los próximos 10 años también es creciente así como el poder adquisitivo de inmigrantes, por lo tanto la oportunidad para el ingreso en el mercado con las tortillas de yuca es extenso y confiable al ser un mercado fiel a sus tradiciones y recuerdos. La población latinoamericana en la Florida es de 4.000.000 de personas las cuales conforman el potencial mercado demandante y la oferta de yuca y sus elaborados es escasa, las tortillas de yuca tienen un mercado extenso y libre de competidores para su ingreso.
- La exportación de alimentos a los Estados Unidos es característica debido a la cantidad de normas y certificados que este país exige, para que los alimentos ingresen deben cumplir unos estándares de calidad altos.

## 5. RECOMENDACIONES

Dado que la hipótesis de trabajo se cumple, se recomienda lo siguiente:

- Proponer iniciativas para convertir a este producto agrícola en una ventaja económica para el productor y para el país aprovechando su fácil producción y cosecha siendo una oportunidad de negocio y subsistencia. La yuca es un producto que se puede comercializar ya sea como materia prima o como producto elaborado por su fácil transformación.
- El Ecuador tienen potencial en el cultivo de la yuca, esta se produce en varias regiones del país, en climas cálidos y húmedos pero la falta de conocimientos Repartir información, otorgar educación agrícola en el tema del cultivo de la yuca en el Ecuador es una buena opción para incentivar el ascenso del comercio de la yuca y para crear oportunidades de exportación.
- Destinar el excedente de producción de la yuca para la exportación, cubrir demanda en otros países y no solamente la demanda interna, en Estados Unidos el principal exportador es Costa Rica, Ecuador podría cubrir la demanda insatisfecha.
- Aprovechar la creciente demanda de productos nostálgicos por los migrantes en el estado de La Florida en los Estados Unidos para inserción de un producto nuevo y de creciente producción y exportación como lo es la yuca y sus derivados, conocida y consumida en Latinoamérica.
- Explotar la preferencia que tienen los hispanos hacia los productos latinoamericanos o nostálgicos como estrategia de ingreso al mercado y su creciente poder adquisitivo para aumentar la oferta del producto.
- Aprovechar la oportunidad que brinda la Florida con un extenso mercado de latinoamericanos fieles a sus raíces y la falta de oferta de productos derivados de la yuca.

- Transformar los requisitos de ingresos al mercado estadounidense en retos para los pequeños productores y así mejorar la calidad de los productos ecuatorianos convirtiéndolos en productos competitivos en el ámbito mundial, para en un futuro incursionar en mercados más lejanos como el europeo y el asiático.

Nº	Nombre del Clon	Período Vegetativo (meses)	Rendimiento raíces Ton/ha	% Almidón
1	Arpón rumo	6	24.50	22.08
2	Motelina	6	14.00	25.05
3	Umisha rumo blanco	8	17.19	28.41
4	Señorita	6 - 7	24.58	26.74
5	Motelo	8	16.20	37.95
6	Palmera	8	18.83	
7	Yahuillo	7	20.47	33.45
8	Arahua rumo	6	16.75	27.50
9	Yahuillo	7	20.47	33.45
10	Huachiruma	6	26.16	30.24
11	Huayta	6	18.00	26.51
12	Pan rumo	8	19.91	29.86
13	Umisha	8	17.15	34.14
14	Tres mesino blanco	6	19.86	28.79
15	Tres mesino amarillo	6	29.92	33.75
16	Arahua	6	16.27	27.50
17	Sacha vaca	7	19.90	30.93
18	Vaca rumo	7	29.37	29.63
19	Chacón rumo	6	18.22	35.97
20	Olín	7	32.58	29.56
21	Sofía	8	25.34	26.13
22	Yuca brava	8	21.33	29.71
23	Angélica	8	28.85	30.32
24	Puca urquillo	8	23.40	29.94
25	Yuca brava	8	30.03	28.26
26	Piririca	8	24.00	30.26
27	Blanca	8	15.50	31.64
28	Ungurahui erecto	8	29.75	27.34
29	Shapumbina	8	28.75	27.04
30	Palo blanco	8	28.37	33.30
31	Bolerona	8	34.95	36.73
32	Sauce colorado	8	27.47	36.35
33	Colorado	8	41.75	36.35
34	Colombiana	7	38.50	30.62
35	Marañón	8	25.50	36.35
36	Amarilla	8	34.25	39.41
37	Tallo	8	11.12	34.52
38	Enano	7	18.50	34.14
39	Mula rumo	8	13.00	33.14
40	Umisha rumo	8	20.75	35.74
41	Intuto I	8	46.50	33.74
42	Intuto II	8	24.50	39.02
43	Intuto III	8	30.00	36.58
44	Ecuacha	8	18.00	33.14

## ANEXO 2

### DESARROLLO DE LA TECNOLOGIA

#### Labrado



#### Siembra



## Cosecha



ANEXO 3

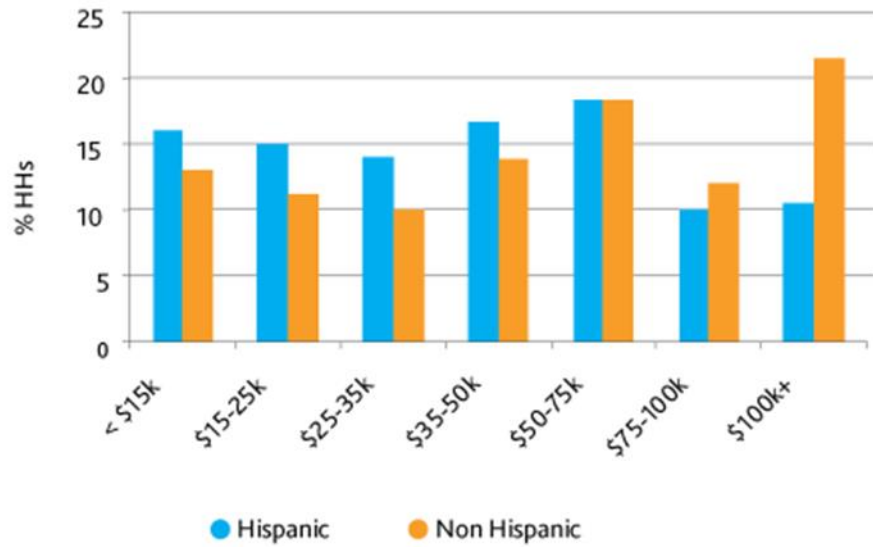
ORIGEN DE LA POBLACIÓN HISPANA EN LOS ESTADOS UNIDOS

Origin and type	2000		2010	
	Number	Percent of total	Number	Percent of total
<b>HISPANIC OR LATINO ORIGIN</b>				
<b>Total</b> .....	<b>281,421,906</b>	<b>100.0</b>	<b>308,745,538</b>	<b>100.0</b>
Hispanic or Latino .....	35,305,818	12.5	50,477,594	16.3
Not Hispanic or Latino .....	246,116,088	87.5	258,267,944	83.7
<b>HISPANIC OR LATINO BY TYPE</b>				
<b>Total</b> .....	<b>35,305,818</b>	<b>100.0</b>	<b>50,477,594</b>	<b>100.0</b>
Mexican .....	20,640,711	58.5	31,798,258	63.0
Puerto Rican .....	3,406,178	9.6	4,623,716	9.2
Cuban .....	1,241,685	3.5	1,785,547	3.5
Other Hispanic or Latino .....	10,017,244	28.4	12,270,073	24.3
Dominican (Dominican Republic) .....	764,945	2.2	1,414,703	2.8
Central American (excludes Mexican) .....	1,686,937	4.8	3,998,280	7.9
Costa Rican .....	68,588	0.2	126,418	0.3
Guatemalan .....	372,487	1.1	1,044,209	2.1
Honduran .....	217,569	0.6	633,401	1.3
Nicaraguan .....	177,684	0.5	348,202	0.7
Panamanian .....	91,723	0.3	165,456	0.3
Salvadoran .....	655,165	1.9	1,648,968	3.3
Other Central American <sup>2</sup> .....	103,721	0.3	31,626	0.1
South American .....	1,353,562	3.8	2,769,434	5.5
Argentinean .....	100,864	0.3	224,952	0.4
Bolivian .....	42,068	0.1	99,210	0.2
Chilean .....	68,849	0.2	126,810	0.3
Colombian .....	470,684	1.3	908,734	1.8
Ecuadorian .....	260,559	0.7	564,631	1.1
Paraguayan .....	8,769	—	20,023	—
Peruvian .....	233,926	0.7	531,358	1.1
Uruguayan .....	18,804	0.1	56,884	0.1
Venezuelan .....	91,507	0.3	215,023	0.4
Other South American <sup>3</sup> .....	57,532	0.2	21,809	—
Spaniard .....	100,135	0.3	635,253	1.3
All other Hispanic or Latino <sup>4</sup> .....	6,111,665	17.3	3,452,403	6.8

ANEXO 4

INGRESOS DE LA POBLACION HISPANA DE ACUERDO AL GÉNERO

### Income Distribution of U.S. Hispanics Compared to the Non-Hispanic Population



## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

AGUIRRE, Manuel Agustín, Dos sistemas, dos mundos, Ediciones La Tierra, Quito, I edición, 2006

CENTRO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO DE DEMOGRAFÍA (CELADE) - DIVISIÓN DE POBLACIÓN DE LA CEPAL, Migración internacional de latinoamericanos y caribeños en Iberoamérica: características, retos y oportunidades, Santiago de Chile, 2006

CHACON, Oscar, Expert group meeting on international migration and development in Latin America and the Caribbean, Population Division, Department of Economic and Social Affairs United Nations Secretariat, El caso de los Estados Unidos de América, México DF, 2006

DR. ROMANOFF STEVEN, ING. TORO GUILLERMO, La yuca en la costa ecuatoriana y sus perspectivas agroindustriales, INIAP, 1986

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA, La Agroindustria en el Ecuador: un diagnóstico integral, Quito, Septiembre del 2006

PAREDES, Edgar, Los Cultivos Agrícolas No Tradicionales de Exportación, MAGAP, Quito, 2007

RODRIGUEZ BRAUN, Carlos, Adam Smith: La riqueza de las naciones, Economía Alianza Editorial, Madrid, I edicion, 1994

### Web

ADUANA DEL ECUADOR SENA, Procedimientos para exportar,  
<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>

AEIAGRO GALEON, La Yuca, “En nuestro país se cultiva principalmente la variedad Valencia, un material con excelentes características para su parafinado, en menor grado la variedad Mangi y Arbolito utilizadas para el congelado”, <http://aeiagro.galeon.com/aficiones1552565.html>

AGRODOMINICANO, Manejo del cultivo de la yuca Rep.

Dom.,<http://agrodominicano.blogspot.com/2009/04/manejo-cultivo-yuca-repdom.html>

AGRONET, Propuesta técnica cultivo de

yuca,[http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_si2/2006112717345\\_Propuesta%20tecnica%20cultivo%20de%20yuca.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_si2/2006112717345_Propuesta%20tecnica%20cultivo%20de%20yuca.pdf)

AGRYTEC AGRONOMIA Y NEGOCIOS, La yuca abastece mercados,  
[http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2506:la-yuca-abastece-mercados&catid=52:noticias&Itemid=27](http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=2506:la-yuca-abastece-mercados&catid=52:noticias&Itemid=27)

ARTICULOS INFORMATIVOS, Principales estrategias de

precios,[www.articulosinformativos.com/Principales\\_Estrategias\\_de\\_Precio-a1115671.html](http://www.articulosinformativos.com/Principales_Estrategias_de_Precio-a1115671.html)

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, Cómo exportar efectivamente a los Estados Unidos  
Guía práctica para PyMEs en América Latina y el Caribe, [www.iadb.org/document.cfm?id=1802824](http://www.iadb.org/document.cfm?id=1802824)

BANTABA Recursos para el desarrollo humano, la educación global y la participación ciudadana, La  
Historia de las Migraciones,

[http://www.bantaba.ehu.es/obs/files/view/Nacido\\_en\\_otra\\_parte\\_Parte\\_2.pdf?revision\\_id=54747&package\\_id=54707](http://www.bantaba.ehu.es/obs/files/view/Nacido_en_otra_parte_Parte_2.pdf?revision_id=54747&package_id=54707)

BBC MUNDO, Supermercados buscan hispanos,

[http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid\\_5189000/5189688.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_5189000/5189688.stm)

BOTANICAL, La Yuca, <http://www.botanical-online.com/yuca.htm>

BUSINESSCOL, Incoterms International Commerce Terms,  
<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>

BUSTOS VANESSA, RODRIGUEZ WENDY, "Producción y comercialización de yuca y malanga como una alternativa para la exportación de productos no tradicionales",  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/459/1/857.pdf>

CENTRO DE INFORMACION E INTELIGENCIA COMERCIAL CICO-CORPEI, Perfil de la yuca,  
<http://www.pucesi.edu.ec/pdf/yuca.pdf>

CLAYUCA CONSORCIO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE APOYO A LA INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE LA YUCA, Conservación del suelo,<http://www.clayuca.org/suelo.htm>

CLAYUCA, Control de malezas en el cultivo de la yuca,  
[http://www.clayuca.org/PDF/libro\\_yuca/capitulo07.pdf](http://www.clayuca.org/PDF/libro_yuca/capitulo07.pdf)

COMERCIO EXTERIOR EN AMERICA Y ESPAÑA, Mercado de la nostalgia: Exportan piñatas de Guatemala a EEUU, <http://www.exportapymes.com/comercio-exterior-america-esp/mercado-de-la-nostalgia-exportan-pinatas-de-guatemala-a-eeuu/>

CONCOPE, Tipos de Cultivos-Tubérculos-Preparación de Suelos,[http://www.concope.gov.ec/Ecuaterritorial/paginas/Apoyo\\_Agro/Tecnologia\\_innovacion/Agropecuaria/Cultivos\\_Tradicionales/Cultivos/Tuberculos\\_Raices/Yuca/ct128.htm](http://www.concope.gov.ec/Ecuaterritorial/paginas/Apoyo_Agro/Tecnologia_innovacion/Agropecuaria/Cultivos_Tradicionales/Cultivos/Tuberculos_Raices/Yuca/ct128.htm)

DIARIO HOY, El Mercado de la Nostalgia, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-mercado-de-la-nostalgia-299521-299521.html>

ECUADOR A CAMBIO DE, Yucapan, [http://ecuador.acambiode.com/empresa/yucapan\\_250290](http://ecuador.acambiode.com/empresa/yucapan_250290)

EL DIARIO, Productores de yuca buscan asociarse por segunda vez,  
<http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/44071-productores-de-yuca-buscan-asociarse-por-segunda-vez/>

EL SIGLO DE CORREON, Consumen migrantes productos  
'nostálgicos', <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/390410.consumen-migrantes-productos-nostalgicos.html>

ESCUELA SUPERIOS POLITECNICA DEL LITORAL, Producción y comercialización de yuca y malanga como alternativa para la exportación de productos no tradicionales,  
[http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D\\_Tesis\\_PDF/D-38357.pdf](http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-38357.pdf)

FAO, La Yuca, <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1028s/a1028s01.pdf>

FLORES ALONSO Ma. de Lourdes, BARRERA CHAVIRA Edith, Migración de mexicanos a los Estados Unidos,  
2003, [http://www.inm.gob.mx/static/Centro\\_de\\_Estudios/Biblioteca\\_Digital/73.Migra\\_causas.pdf](http://www.inm.gob.mx/static/Centro_de_Estudios/Biblioteca_Digital/73.Migra_causas.pdf)

FLORIDA IMMIGRANT COALITION, Agenda de inmigrantes de la Florida,  
<http://www.floridaimmigrant.org/PDFs/090403%20FL%20priorities%20Espanol.pdf>

FRESH PLAZA, Mayor producción de yuca y camote en Ecuador afectaría a CR, [http://www.freshplaza.es/news\\_detail.asp?id=41597#Scene\\_1](http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=41597#Scene_1)

GENERACION, La yuca antiguo alimento en tiempos modernos,  
<http://www.generacion.com/magazine/297/yuca>

GESTIOPOLIS, El mercadeo de la nostalgia, <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/el-mercadeo-de-la-nostalgia.htm>

HISPANTELLIGENCE, The U.S. Hispanic economy in transition: Facts, Figures, and Trends, [http://www.credimexusabaja.com/the\\_us\\_hispanic\\_economy\\_in\\_transition\\_2005.pdf](http://www.credimexusabaja.com/the_us_hispanic_economy_in_transition_2005.pdf)

INFO-INIEA, Sembrando progreso, cosechando éxito, <http://www.inia.gob.pe/boletin/boletin0012/index.htm#COLECCI%C3%93N,%20CARACTERIZACI%C3%93N%20Y%20EVALUACI%C3%93N%20DE%20CLONES>

INFO-RAGRO, El cultivo de la yuca, <http://www.infoagro.com/hortalizas/yuca.htm>

INSITU, Cultivos Yuca, <http://insitu.org.pe/webinsitu/yuca.htm>

INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL, Signos distintivos, <http://www.iepi.gob.ec/module-contenido-viewpub-tid-3-pid-32.html>

INSTITUTO NACIONAL DE AUTÓNOMO DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS INIAP, Programa Nacional de Yuca y camote, [http://www.iniap.gob.ec/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=106:yuca-y-camote&catid=6:programas&Itemid=12#indice](http://www.iniap.gob.ec/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=106:yuca-y-camote&catid=6:programas&Itemid=12#indice)

MAG MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA, Efecto de las densidades de siembra en el rendimiento de yuca (*Manihot Esculentum Crantz*) Valencia, [http://www.mag.go.cr/rev\\_mesov16n02\\_225.pdf](http://www.mag.go.cr/rev_mesov16n02_225.pdf)

MAG MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA DEL ECUADOR, certificación ISO 14000, [http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/organicos/certific/iso14\\_archivos/iso.html#ISO](http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/organicos/certific/iso14_archivos/iso.html#ISO)

MAGAP MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA DEL ECUADOR, Yuca: superficie, producción, y rendimiento a nivel nacional serie histórica, [http://www.magap.gob.ec/sinagap/spr/spr\\_yuca.htm](http://www.magap.gob.ec/sinagap/spr/spr_yuca.htm)

MAGAP MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA DEL ECUADOR, Servicio de Información y Censo Agropecuario SICA, La yuca en el Ecuador, <http://www.sica.gov.ec/cadenas/yuca/docs/cadena.htm>

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, MINCETUR, Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a los Estados Unidos, [http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req\\_usa.pdf](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_usa.pdf)

NACIONES UNIDAS COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE – CEPAL, PEQUEÑAS EMPRESAS, Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: oportunidades en el mercado internacional, <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/14737/L589-1.pdf>

NOTICORP, Natuchips introduce al mercado tres nuevos sabores: Mix, plátano maduro y yuca, <http://www.noticorp.com/2009/06/natuchips-introduce-al-mercado-tres-nuevos-sabores-mix-platano-maduro-y-yuca/>

OEA, INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA, Cadena Agroindustrial YUCA, <http://webiica.iica.ac.cr/BIBLIOTECAS/REPIICA/B0020E/B0020E.PDF>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACION Y LA AGRICULTURA FAO, mejora de las políticas de apoyo para el desarrollo sostenible de las montañas, <http://www.fao.org/sard/common/ecg/2930/en/SARDMInformeEcuadorFinal.pdf>

PROECUADOR INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES, Certificado de origen, <http://www.proecuador.gob.ec/faq/certificado-de-origen/>

PROMPERÚ, Ley de Bioterrorismo,

<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=0343E147-7BAE-4241-814D-614D4B83FF02.PDF>

PYMEX, Estrategias de distribución, <http://www.pymex.pe/Marketing-y-Ventas/paso-6-estrategias-de-distribucion.html>

REGISTRAR CORP, Regulaciones de U.S. FDA sobre Alimentos, Bebidas y Suplementos Dietéticos, <http://www.registrarcorp.com/fda-food/index.jsp?lang=es>

SALUD, El mercado de la nostalgia,

<http://www.humanities.uci.edu/spanishandportuguese/alud/blog2/?p=2247>

SEDE SUBREGIONAL DE LA SEPAL EN MEXICO, Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: oportunidades en el mercado internacional, los casos de El Salvador y México, <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/14737/L589-1.pdf>

SERIE DE AGRONEGOCIOS, La Ley contra el Bioterrorismo,

<http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agronegocios/Publicaciones%20de%20Comercio%20Agronegocios%20e%20Inocuidad/4%20Ley%20Contra%20el%20Bioterrorismo.%20Lo%20que%20un%20exportador%20agroalimentario%20debe%20conocer.pdf>

THE TRADEMARK UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE, USPTO, Trademarks home, <http://www.uspto.gov/trademarks/index.jsp>

TRADEMAP, Lista de productos importados por los estados

Unidos, [http://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_MQ\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Product_SelCountry_MQ_TS.aspx)

TRADEMAP, Listado de importadores de yuca,

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx)

U.S. CENSUS BUREAU, Hispanic contribution,  
<http://factfinder2.census.gov/faces/nav/jsf/pages/searchresults.xhtml?refresh=t>

U.S. CENSUS BUREAU, Population by Race and Hispanic or Latino Origin for the United States, Regions, Divisions, States, Puerto Rico, and Places of 100,000 or More Population (PHC-T-6),  
<http://www.census.gov/population/www/cen2000/briefs/phc-t6/index.html>

U.S. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION, FDA Fundamentals,  
<http://www.fda.gov/AboutFDA/Transparency/Basics/ucm194877.htm>

UNA AC, Importancia de los Mercados de la Nostalgia, Elaboración de Productos Étnicos y Pymes,  
[www.una.ac.cr/pymes/ponencias/EtnicosNostalgia.doc](http://www.una.ac.cr/pymes/ponencias/EtnicosNostalgia.doc)

US CENSUS BUREAU, Hispanic population of the United States,  
<http://www.census.gov/population/www/socdemo/hispanic/hispanic.html>

US DEPARTMENT OF STATE, US – Ecuadorian relations,  
<http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&tl=es&u=http%3A%2F%2Fwww.state.gov%2F%2Fpa%2F%2Fbn%2F35761.htm&anno=2>

US IMMIGRATION SUPPORT, Immigration to Florida,  
<http://www.usimmigrationsupport.org/florida.html>

VISTA ECUADOR, Amazonía, <http://www.visitaecuador.com/amazonia.php>

VITRO GLAZETTE, El mercado de la nostalgia es un nicho en expansión,  
<http://www3.vto.com/noticiero/Glazette/glazette/espanol/archives/020134.html>

WHITE HOUSE COUNCIL OF ECONOMIC ADVISORS, “Immigration’s Economic Impact,”  
<http://caimmigrant.org/repository/wp-content/uploads/2007/06/CEAImmigration%20Economic%20Impact%2020070620.pdf>

ZOTIEN CUAN, CECILIA, El cultivo de la yuca Manihot esculenta Crantz,  
[http://www.cadenahortofruticola.org/admin/bibli/415compendio\\_cultivo\\_yuca.pdf](http://www.cadenahortofruticola.org/admin/bibli/415compendio_cultivo_yuca.pdf)

