

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

### CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**Tema: "Comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí a los Mercados Internacionales"**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del  
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Castillo Ayala Stefany Liceth

TUTOR: Msc. Mera Rodríguez Willington Gerardo

Tulcán, 2024.

## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que la estudiante Castillo Ayala Stefany Liceth con el número de cédula 172627527-2 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí y los Mercados Internacionales"

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

---

**Msc. Mera Rodríguez Willington Gerardo**

**TUTOR**

Tulcán, mayo de 2024

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Castillo Ayala Stefany Liceth con cédula de identidad número 1726275272 respectivamente declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Castillo Ayala Stefany Liceth

**AUTORA**

Tulcán, mayo de 2024

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo Castillo Ayala Stefany Liceth declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí y los Mercados Internacionales" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Castillo Ayala Stefany Liceth

**AUTORA**

Tulcán, mayo de 2024

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios por ser mi guía, por haberme brindado apoyo, fortaleza, por estar presente en cada paso que doy, en cada decisión que tomo para cumplir con mis objetivos. También por la sabiduría que me brindó para desarrollar la presente investigación, ya que a pesar de los obstáculos que se presentaron en mi camino, me fortalecieron para seguir adelante y culminar esta nueva etapa en mi vida.

Del mismo modo, agradezco a mi familia, por su apoyo incondicional, por haber depositado su confianza, siendo parte importante para mí crecimiento tanto personal como profesional, y siendo mi motor para seguir adelante día a día.

A mis amigos con quienes llegué a compartir grandes momentos en toda mi carrera universitaria, generando experiencias y a la vez me motivo a seguir conociéndolos y aprendiendo de ellos.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, así como a la carrera de comercio exterior por formarme académicamente, a los docentes quienes fueron guías en mi camino en el desarrollo profesional.

A mi tutor de tesis MSC. Gerardo Mera por el tiempo, comprensión, apoyo y sobre todo paciencia en este proceso de realización del trabajo de integración curricular.

## DEDICATORIA

El trabajo de titulación le dedico a mi madre, Oliva Ayala por su apoyo incondicional, quien desde primera instancia me apoyo sin importar las circunstancias que había, por creer en mí y enseñarme que cada obstáculo que se presenta en mi camino es una oportunidad para seguir adelante y levantarme con más fuerza, le agradezco por ser una madre comprensiva, trabajadora y estar siempre para mí y mis hermanos. A mi padre, Pablo Castillo por su apoyo, por el sacrificio que realizó para poder formarme personal y profesionalmente, por ser un hombre luchador y trabajador, que día a día me ha enseñado que con esfuerzo y perseverancia todo es posible, sin importar las veces que caigamos siempre hay que sobrellevar y salir adelante.

A mis hermanos, Odalys, Joel, quienes me han brindado palabras de aliento para no decaer, por compartir momentos únicos y no dejarme sola, siempre me han impulsado para seguir adelante y sobre todo brindarme todo su cariño.

A mi sobrino Mathias que con su cariño y sonrisa me alegra, siendo motivación diaria. Y a todas las personas que formaron parte de mi vida en el transcurso de mi carrera universitaria.

A mis abuelitos, Segundo Y Emma quienes ya no están conmigo, pero con su espíritu y amor, continúan guiándome en cada paso que doy.

De igual manera esta dedicatoria es para mí, porque a pesar de las dificultades presentes a lo largo de mi vida, logré cumplir uno de los objetivos que me he planteado. Y uno de ellos fue formarme como profesional.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>17</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>18</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>19</b>
<b>I. EL PROBLEMA.....</b>	<b>21</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>21</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>22</b>
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>23</b>
1.4.1. Objetivo General .....	23
1.4.2. Objetivos Específicos .....	23
1.4.3. Preguntas de Investigación .....	23
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>32</b>
2.2.1. Fundamentación Teórica.....	32
2.2.2. Fundamentación Conceptual .....	36
2.2.3. Fundamentación legal.....	38
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>40</b>
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>40</b>
3.1.1. Enfoque .....	40
3.1.2. Tipo de Investigación.....	41
<b>3.2. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>41</b>
<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>42</b>
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....</b>	<b>43</b>
3.4.1. Métodos.....	43
3.4.2. Población y muestra.....	44

3.4.2.1. Población.....	44
3.4.2.2. Muestra .....	44
3.4.3. Técnicas e instrumentos de investigación .....	45
<b>3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO .....</b>	<b>46</b>
<b>3.6. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL .....</b>	<b>46</b>
3.6.1. Clasificación arancelaria .....	46
<b>3.7. Análisis de los principales países ofertantes y demandantes .....</b>	<b>47</b>
3.7.1. Principales países importadores .....	47
3.7.2. Principales países exportadores .....	48
3.7.3. Principales Empresas ofertantes de Ecuador .....	49
<b>3.8. Análisis Factores Internos .....</b>	<b>50</b>
3.8.1. Factores económicos del Ecuador .....	50
<b>3.9. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO ECONÓMICO.....</b>	<b>52</b>
3.9.1. Factores socioeconómicos.....	52
3.9.1.1. El producto interior bruto (PIB) .....	52
3.9.1.2. PIB Per Cápita.....	53
3.9.1.3. Inflación .....	55
3.9.1.4. Tipo de cambio % .....	56
3.9.1.5. Tasa de desempleo .....	57
3.9.1.6. Balanza comercial .....	58
3.9.1.7. Riesgo país .....	58
3.9.1.8. Facilidad en los negocios.....	59
3.9.1.9. Índice de competitividad global.....	60
3.9.2. Factores Demográficos .....	60
3.9.2.1. Población.....	60
3.9.2.2. Distribución por edad .....	61
3.9.2.3. Crecimiento de la población .....	62
3.9.3. Factores Políticos.....	64



3.9.3.1. Política Comercial.....	64
3.9.3.2. Barreras Comerciales.....	65
3.9.3.2.1. Barreras arancelarias.....	65
3.9.3.2.2. Barreras no arancelarias .....	65
3.9.4. Factores legales .....	66
3.9.4.1. Normativa Aduanera Estados Unidos .....	66
3.9.4.2. Normativa Aduanera – China.....	67
3.9.4.3. Normativa Aduanera – Alemania .....	67
3.9.5. Factores Tecnológicos.....	68
3.9.5.1. Índice de Desempeño logístico.....	68
3.9.5.2. Índice de innovación.....	69
<b>3.10. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (MATRIZ POAM).....</b>	<b>70</b>
3.10.1 Análisis resultados Matriz POAM .....	74
<b>3.11. ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO .....</b>	<b>74</b>
3.11.1. Perfil del país – Estados Unidos.....	74
3.11.2. Perfil del consumidor – Estados Unidos.....	75
<b>3.12. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....</b>	<b>76</b>
3.12.1. Economía de la Florida .....	77
<b>3.13. ANÁLISIS MERCADO META.....</b>	<b>77</b>
3.13.1. Importaciones del país destino.....	77
3.13.2. Exportaciones del país destino .....	79
3.13.3. Análisis Situacional de Ecuador .....	80
3.13.4. Proyecciones del Estudio .....	80
3.13.4.1. Proyecciones de las importaciones de Estados Unidos.....	81
3.13.4.2. Proyecciones de las exportaciones de Estados Unidos.....	83
3.13.5. Consumo nacional aparente .....	84
3.13.6. Demanda Insatisfecha .....	85
3.13.7. Capacidad de producción.....	87

<b>3.14. ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>87</b>
3.14.1. Localización .....	87
3.14.1.1. Macro Localización .....	87
3.14.1.2. Micro Localización .....	88
3.14.2. Distribución de Planta.....	88
3.14.3. Organización Empresarial .....	89
3.14.3.1. Información de la organización empresarial .....	89
3.14.3.2. Imagen corporativa.....	89
3.14.3.3. Matriz FODA .....	90
3.14.4. Organigrama estructural.....	90
3.14.4.1. Manual de Funciones .....	91
3.14.4.1.1. Manual de funciones del Gerente General.....	91
3.14.4.1.2. Manual de funciones del Contador/a .....	92
3.14.4.1.3. Manual de funciones de Operarios .....	93
3.14.4.1.4. Manual de funciones del tramitador de Comercio Exterior .....	93
3.14.5. Mapa de procesos de la asociación.....	94
3.14.6. Descripción de procesos estratégico .....	94
3.14.6.1. Proceso Estratégico .....	94
3.14.6.2. Proceso de operaciones .....	95
3.14.6.3. Proceso de comercialización internacional.....	96
3.14.7. Procesos Logísticos de Producción y Comercialización .....	97
3.14.7.1. Análisis de la presentación del producto .....	97
3.14.7.2. Etiquetado del producto en el mercado meta .....	98
3.14.7.2.1. Requisitos Generales del Etiquetado de Alimentos en Florida .....	98
3.14.7.3. Certificaciones internacionales .....	100
3.14.7.4. Competencia del producto a nivel nacional .....	100
3.14.7.5. Precio referencial de los competidores internacionales.....	102
3.14.8. Propuesta comercial para el empaque del producto .....	103

3.14.8.1. Empaque, embalaje y etiquetado .....	103
3.14.8.1.1. Empaque.....	103
3.14.8.1.2. Embalaje .....	103
3.14.8.1.3. Etiquetado.....	103
3.14.8.2. Elementos que se deben incluir en el mercado de la caja.....	104
3.14.9. Medio de Transporte .....	105
3.14.9.1. Flete Interno .....	105
3.14.9.2. Flete internacional .....	105
3.14.10. Implementación de régimen aduanero: Exportación definitiva.....	106
3.14.10.1. Proceso de exportación para la pulpa de maracuyá.....	109
3.14.11. Proceso de distribución internacional.....	111
3.14.12. Proceso de distribución en el mercado.....	113
3.14.12.1. Canal de Distribución. ....	113
3.14.13. Información básica del producto .....	114
3.14.14. Cubicaje .....	115
3.14.15. Incoterms .....	117
<b>3.15. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....</b>	<b>118</b>
3.15.1. Inversión inicial .....	118
3.15.2. Inversión fija .....	118
3.15.3. Gastos de Constitución .....	119
3.15.4. Capital de operación.....	120
3.15.5. Costos de Producción .....	120
3.15.6. Proyección de gastos administrativos.....	121
3.15.7. Gastos de Venta o exportación.....	122
3.15.8. Estructura de financiamiento.....	122
3.15.9. Costo de Capital Promedio .....	123
3.15.10. Estado de Resultados .....	124
3.15.11. Estado de Flujo de Caja .....	125

3.15.12. Indicadores Financieros.....	125
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>127</b>
<b>4.1. RESULTADOS .....</b>	<b>127</b>
<b>4.2. DISCUSIÓN .....</b>	<b>136</b>
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>139</b>
<b>5.1. CONCLUSIONES .....</b>	<b>139</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>140</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>141</b>
<b>VII. ANEXOS.....</b>	<b>144</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fundamentación Legal.....	38
Tabla 2. Variable Dependiente.....	42
Tabla 3. Variable Independiente.....	43
Tabla 4. Cálculo de muestra.....	45
Tabla 5. Clasificación Arancelaria.....	46
Tabla 6. Lista de países importadores exportado por Ecuador.....	47
Tabla 7. Principales países exportadores de pulpa de maracuyá para el mundo.....	48
Tabla 8. Empresas exportadoras del Ecuador.....	49
Tabla 9. Factores económicos expresados en millones de dólares.....	51
Tabla 10. Factores del Producto Interno Bruto por Países (mil millones de USD).....	53
Tabla 11. Factor del PIB Per Cápita (millones de USD).....	54
Tabla 12. El Factor de la Inflación.....	55
Tabla 13. Factor de Tipo de Cambio (dólares americanos).....	56
Tabla 14. Factor desempleo.....	57
Tabla 15. Balanza Comercial (millones de USD).....	58
Tabla 16. Riesgo País países de estudio.....	58
Tabla 17. Facilidad en los negocios.....	59
Tabla 18. Índice de competitividad global.....	60
Tabla 19. Factores Demográficos.....	60
Tabla 20. Distribución por edad.....	62
Tabla 21. Crecimiento de la Población (Millones de habitantes).....	63
Tabla 22. Acuerdos comerciales.....	64
Tabla 23. Barreras arancelarias.....	65
Tabla 24. Barreras no arancelarias.....	65
Tabla 25. Índice de desempeño logístico.....	68
Tabla 26. Índice de Innovación.....	69
Tabla 27. Indicadores POAM.....	70
Tabla 28. Matriz POAM.....	72
Tabla 29. Resumen de la Matriz POAM.....	73
Tabla 30. Perfil de Estados Unidos.....	74
Tabla 31. Segmentación de mercado - Florida.....	77
Tabla 32. Países Importadores de Estados Unidos.....	78
Tabla 33. Países Exportaciones de Estados Unidos.....	79

Tabla 34. Análisis situación Ecuador .....	80
Tabla 35. Datos históricos de importaciones .....	81
Tabla 36. Datos pronosticados de las importaciones de pulpa de maracuyá .....	82
Tabla 37. Datos históricos exportaciones .....	83
Tabla 38. Datos pronosticados de las exportaciones de la pulpa de maracuyá .....	84
Tabla 39. Consumo Nacional Aparente.....	84
Tabla 40. Demanda Insatisfecha .....	86
Tabla 41. Capacidad de producción de la asociación .....	87
Tabla 42. Matriz FODA .....	90
Tabla 43. Matriz de talento humano.....	91
Tabla 44. Manual de funciones Gerente General .....	92
Tabla 45. Manual de funciones del Contador.....	92
Tabla 46. Manual de funciones de operarios .....	93
Tabla 47. Manual de funciones tramitador de Comercio Exterior.....	93
Tabla 48. Mapa de procesos .....	94
Tabla 49. Proceso estratégico Gerente General.....	95
Tabla 50. Proceso de producción.....	95
Tabla 51. Proceso de comercialización Internacional.....	96
Tabla 52. Ficha técnica de la pulpa de maracuyá .....	97
Tabla 53. Certificación Internacional para la pulpa de maracuyá .....	100
Tabla 54. Empresas competidoras a nivel nacional.....	101
Tabla 55. Precio de la competencia.....	102
Tabla 56. Flete Interno .....	105
Tabla 57. Flete Internacional .....	106
Tabla 58 Tipos de Aforo.....	110
Tabla 59. Proceso de Distribución Internacional .....	111
Tabla 60. Canal de distribución .....	113
Tabla 61. Información del Producto/embarque .....	114
Tabla 62. Cubicaje .....	115
Tabla 63. Unitarización y Cubicaje .....	115
Tabla 64. Peso Unidad.....	116
Tabla 65. Cantidades a exportar .....	116
Tabla 66. Incoterms 2020 .....	117
Tabla 67. Inversión Inicial .....	118

Tabla 68. Inversión Fija.....	119
Tabla 69. Gastos de Constitución .....	119
Tabla 70. Capital de Operación.....	120
Tabla 71. Costos de Producción .....	120
Tabla 72. Proyección Sueldos Administrativos .....	121
Tabla 73. Gastos Administrativos.....	122
Tabla 74. Gastos de Exportación .....	122
Tabla 75. Estructura de Financiamiento .....	123
Tabla 76. Costo de Capital Promedio .....	123
Tabla 77. Amortización Anual .....	124
Tabla 78. Estado de Resultados .....	124
Tabla 79. Estado de Flujo de Caja .....	125
Tabla 80. Indicadores Financieros.....	125

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fundamentación Conceptual.....	36
Figura 2. Países importadores .....	47
Figura 3. Países exportadores .....	49
Figura 4. Empresas exportadoras del Ecuador .....	50
Figura 5. Producto Interno Bruto.....	53
Figura 6. El PIB Per Cápita de los países Potenciales.....	54
Figura 7. Inflación de los países potenciales.....	55
Figura 8. Tipo de Cambio de los Países Potenciales .....	56
Figura 9. Tasa de desempleo .....	57
Figura 10. Facilidad en los negocios.....	59
Figura 11. Distribución por edad .....	62
Figura 12. Comparación de crecimiento de población .....	63
Figura 13. Comparación del Índice de desempeño logístico .....	68
Figura 14. Índice de innovación.....	70
Figura 15. Segmentación de mercado .....	76
Figura 16. Importaciones de Estados Unidos de la partida 0811.90.....	78
Figura 17. Exportaciones país destino.....	79
Figura 18. Macro localización de la empresa .....	88

Figura 19. Micro localización de la Asociación .....	88
Figura 20. Diseño de planta.....	89
Figura 21. Organigrama estructural.....	91
Figura 22. Diseño de la etiqueta (de lado) para ingresar al mercado de EE.UU. ....	99
Figura 23. Diseño de la etiqueta (reverso) para ingresar al mercado de EE. UU. ....	99
Figura 24. Empaque y etiqueta.....	100
Figura 25. Marcado en la caja para exportación.....	104
Figura 26. Ruta internacional.....	106
Figura 27. Exportación Directa .....	108
Figura 28. Exportación Indirecta .....	109
Figura 29. Canal de distribución .....	113
Figura 30. Consumo de fruta diariamente .....	129
Figura 31. Frecuencia de consumo de fruta.....	130
Figura 32. Consumo de pulpa de frutas .....	130
Figura 33. Consumo de pulpas de frutas.....	131
Figura 34. Frecuencia de consumo de pulpa de fruta .....	131
Figura 35. Cantidad de consumo .....	132
Figura 36. Presentación de adquisición del producto .....	132
Figura 37. Lugares de compra .....	133
Figura 38. Precio presentación 250 Gr.....	133
Figura 39. Precio presentación 500 Gr.....	134
Figura 40. Precio presentación 1000 Gr.....	134
Figura 41. Consumo de pulpa de fruta .....	135
Figura 42. Conocimiento de valor nutricional del maracuyá .....	135

### **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.....	144
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas .....	145
Anexo 3. Formulario 1 – Entrevista dirigida al presidente de la Asociación).....	147
Anexo 4. Formulario 2 Encuesta dirigida a los consumidores de Estados Unidos .....	150
Anexo 5. Carta de Autorización por parte de la asociación.....	154
Anexo 6. Oficio para asociación.....	155
Anexo 7. Evidencia aplicación de encuesta y entrevista .....	156



## RESUMEN

Esta tesis se realizó con el objetivo de determinar la “Comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí a los Mercados Internacionales”. Al realizar la investigación, se tomó en cuenta los países que demandan la pulpa de maracuyá que son Estados Unidos, China y Alemania, por ende, se analizaron las importaciones y exportaciones de estos mercados y a su vez, se analizaron indicadores socioeconómicos, demográficos, políticos, legales y tecnológicos para determinar las oportunidades y amenazas. Sin embargo, los resultados obtenidos fueron establecidos en la matriz POAM. Mismo que se estableció a Estados Unidos como alternativa comercial oportuno para la comercialización del producto. Para realizar y tener un soporte de la investigación se recurrió al uso de fuentes primarias y fuentes secundarias. Como fuente primaria se consideraron las encuestas aplicadas a la población estadounidenses del estado de Florida, donde se pudo analizar que el mercado tiene una alta demanda del producto, además de una buena aceptación, ya que como fruta y como producto procesado es reconocida por sus beneficios nutricionales; Otra fuente utilizada fue la entrevista realizada al presidente de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya. Como fuente secundaria se tomó en cuenta la información obtenida mediante libros, artículos de revistas, sitios web, entre otras fuentes, las cuales permitieron identificar y conocer la realidad del campo de estudio. Con el estudio técnico se identificó los datos que deben ir plasmados en el empaque y la etiqueta según lo estipula la (FDA), quien es la institución encargada de controlar el ingreso de alimentos y medicamentos en el mercado estadounidense. Asimismo, se calculó las unidades para comercializar en el mercado internacional, también, se realizaron los procesos de producción y exportación, procesos logísticos, entre otros aspectos importantes. Finalmente, con la realización del estudio financiero se analizaron los indicadores financieros y se pudo determinar que el VAN es de \$46,561.10 y el TIR es de 14%, lo que indicó la factibilidad y rentabilidad de la investigación, sin embargo, se concluyó que la comercialización de la pulpa de maracuyá al mercado estadounidense es factible.

**Palabras Claves:** comercialización, exportación, pulpa de maracuyá, mercados internacionales, demanda.

## ABSTRACT

This thesis was conducted with the aim of determining the Commercialization of passion fruit pulp from the association of organic passion fruit and papaya producers ASOPAOMAPA of the province of Manabí to International Markets. When this research was conducted, the countries that demand passion fruit pulp were considered, these are the United States, China and Germany. Therefore, the imports and exports of these markets were analyzed, and in turn, socioeconomic, demographic, political, legal, and technological indicators were analyzed to determine the opportunities and threats. However, the obtained results were established in the POAM matrix. As a result, the United States was established as an opportune commercial alternative for the commercialization of the product. To conduct and support the research, the use of primary sources and secondary sources was used. As a primary source, the surveys applied to the American population of the state of Florida are contemplated, where it was possible to analyze that the market has a high demand for the product, as well as good acceptance since as a fruit and as a processed product, it is recognized for its nutritional benefits; another source used was the interview which was conducted with the president of the Association of Organic Passion Fruit and Papaya Producers. As a secondary source, information from books, magazine articles, websites, among other sources, was used, which allowed us to identify and understand the reality of the field of study. With the technical study, the data that must be reflected on the packaging and label was identified, as stipulated by the (FDA), which is the institution in charge of controlling the entry of food and medicines into the US market. Likewise, the units to be marketed in the international market were calculated, and the production and export processes, logistical processes, among other important aspects, were carried out. Finally, with the completion of the financial study, the financial indicators were analyzed, it was determined that the NPV is \$46,561.10 and the IRR is 14%, which indicated the feasibility and profitability of the research.

**Keywords:** marketing, export, passion fruit pulp, international markets, demand.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de integración curricular "Comercialización de pulpa de maracuyá de la Asociación de Productores Orgánicos de Maracuyá y Papaya de la provincia de Manabí a los mercados internacionales, tiene como finalidad en identificar oportunidades de mercado internacional con el fin de potenciar las exportaciones de la asociación. Una vez que se identifique la oportunidad más idónea para la comercialización se procede a realizar un estudio de mercado para conocer su situación actual y poder determinar la demanda en el mercado donde se identifica oportunidades comerciales en Estados Unidos, particularmente en la ciudad de Florida.

La investigación comprende los siguientes capítulos:

En el capítulo I se contempla la problemática: donde se identifica la situación actual que atraviesa la Asociación de Productores Orgánicos maracuyá y papaya referente a la comercialización a nivel internacional de pulpa de maracuyá, de igual manera se describe la justificación con la finalidad de dar solución al problema considerando los beneficios que se logra alcanzar y se plantea objetivos generales y específicos de la investigación.

Capítulo II: denominado Fundamentación Teórica, se presenta los antecedentes de investigaciones realizadas con anterioridad, las mismas que se obtienen mediante algunas fuentes y citas bibliográficas, así también se estudia teorías del comercio internacional que se relacionan a la investigación en desarrollo y cómo estas pueden aportar a la misma.

Capítulo III: en el tercer capítulo se encuentran el enfoque metodológico, tipo de investigación, idea a defender, definición y operacionalización de variables donde se definen las técnicas e instrumentos que serán utilizados para la recolección de información oportuna para la ejecución de la investigación, donde dicha información posteriormente permite estructurar el estudio de mercado, técnico y financiero dado así cumplimiento a los objetivos propuestos de la investigación.

Capítulo IV: se encuentra los resultados obtenidos de la información encontrada en fuentes secundarias para determinar el país objetivo, la aplicación de la encuesta dirigida al mercado internacional, entrevista realiza al sr. presidente de la Asociación, también están los datos obtenidos en el estudio financiero, igualmente se plantea la

discusión, que contiene análisis de los resultados obtenidos, marco teórico, antecedentes investigativos con mayor relevancia para la investigación.

Capítulo V: en este capítulo hace referencia a las conclusiones de la investigación, recomendaciones tomando en cuenta los resultados más relevantes obtenidos y que dan cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación. Finalmente se detalla los anexos y referencias bibliográficas.

## **I. EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La globalización es un proceso económico que ha transformado significativamente la dinámica de los intercambios comerciales a nivel mundial. Y a la vez ofrece oportunidades económicas que contribuyen a los países. Por ende, la problemática existente es la desigualdad de oportunidades y la disparidad en el valor agregado de las exportaciones ya que enfrentan los países que están en vías en desarrollo y países menos desarrollados.

Ecuador es un país con un gran potencial agrícola, dado que cuenta con una amplia variedad de productos que tienen la capacidad de competir en los mercados internacionales. Así mismo, se caracteriza por ser un exportador de materia prima, por lo cual refleja un problema para la comercialización mundial, debido a la dependencia de los precios cambiantes en el mercado extranjero, lo que genera un superávit en la balanza comercial y esto es un riesgo para la economía ecuatoriana. Los precios de los productos básicos pueden variar significativamente, lo que afecta negativamente los ingresos de los productores y exportadores. Además, la poca inversión en infraestructura, incentivos y políticas del gobierno dificulta la mejora de la industria de los productos procesados (pulpa de maracuyá) en el mercado nacional.

Una de las ventajas que posee Ecuador, es gracias a su diversidad climática en las diferentes provincias del país, contribuye a la capacidad para producir y cultivar gran variedad de frutas exóticas (maracuyá) durante todo el año en la región litoral, y gracias a su posición geográfica Ecuador se posiciona como líder productor del maracuyá en América seguido de Brasil, Perú y Colombia.

Manabí que pertenece a la zona 4, es una de las provincias que se dedica a la producción del maracuyá en el país, generalmente desempeña un papel crucial en la transformación de materia prima a productos procesados (pulpa de maracuyá) en el mercado nacional e internacional. Sin embargo, a pesar de su potencial, la industria ecuatoriana enfrenta desafíos como la falta de semillas certificadas, la participación de intermediarios, la necesidad de fomentar la exportación, falta de inversión en maquinaria y la incapacidad para producir productos derivados. Estos

obstáculos pueden permitir que el país no aproveche plenamente su posición como productor líder de pulpa de maracuyá en el mercado global. Sin embargo, es necesario buscar soluciones e incentivar a los productores a generar un valor agregado en la producción de sus productos.

Sin embargo, la reducción de los cultivos de maracuyá ha tenido un impacto negativo en varias empresas dedicadas a la elaboración de productos derivados de esta fruta, como jugos, pulpas y concentrados. El problema existente es por la falta de fruta, y eso genera incapacidad para operar y la imposibilidad de exportar grandes cantidades. Además, existe un desconocimiento por parte de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya sobre cómo exportar el producto a mercados internacionales. No obstante, puede ser un obstáculo significativo, ya que, al no conocer las regulaciones, estándares de calidad, procedimientos aduaneros puede generar un rechazo en el mercado internacional.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide la existencia de comercialización de la Pulpa de maracuyá de Asociación de productores orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí a los mercados internacionales?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se realizará con el propósito de desarrollar la comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores de maracuyá y papaya orgánica ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí a los mercados internacionales, los cuales se determina qué países son los más adecuados para exportar la pulpa de maracuyá y a la vez conocer que tan buena aceptación en el mercado se considera. Ante el compromiso del gobierno ecuatoriano de impulsar la transformación de la matriz productiva en materia prima, productos terminados de alta calidad, incentiva a producir y exportar, para generar oportunidades de empleo y atraer inversiones. El incremento de la producción nacional también ha abierto la puerta a nuevos mercados extranjeros ya que promueve el consumo de pulpa natural del Ecuador hacia el mercado internacional, tomando en cuenta las necesidades de los consumidores.

Por consiguiente, se describe un panorama del estado actual de las exportaciones, aceptación en el mercado, cumplimiento con los gustos y preferencias de pulpa de

maracuyá. Asimismo, el punto de partida son los flujos comerciales entre Ecuador en el mercado internacional.

La ejecución del proyecto permitió dar solución a la problemática planteada de la comercialización a los mercados internacionales para su respectiva exportación y con el debido estudio de mercado, técnico y financiero conocer cuál es el mercado más adecuado para su exportación.

En definitiva, dado que el maracuyá es una fruta con grandes perspectivas de exportación, es importante analizar su comportamiento exportador en cuanto a los beneficios económicos que brindan y las funciones requeridas para su cultivo, producción, transformación y comercialización a los mercados extranjeros. En general, la demanda mundial de pulpa de maracuyá ha experimentado un aumento considerable debido a las tendencias en el mercado de bebidas lo que muestra un cambio a las preferencias de los consumidores hacia productos no alcohólicos, naturales y saludables, saborizantes innovadores y saborizantes que apoyan fuertemente el crecimiento del maracuyá.

#### **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

##### 1.4.1. Objetivo General

- Determinar la adecuada comercialización de la pulpa de maracuyá de la Asociación de productores orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí a los mercados Internacionales.

##### 1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente la comercialización de pulpa de maracuyá y mercados internacionales.
- Identificar la oferta y demanda de la pulpa de maracuyá de mercados internacionales para una adecuada comercialización.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de maracuyá desde la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya (ASOPAOMAPA) a los mercados internacionales.

##### 1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el mercado óptimo para la exportación para la pulpa de maracuyá?

- ¿Cuáles son los principales mercados potenciales que demandan la pulpa de maracuyá?
- ¿Cuál es la demanda insatisfecha de la pulpa de maracuyá?
- ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir para la exportación de la pulpa de maracuyá?
- ¿Cómo es la situación actual del mercado ecuatoriano de la pulpa de maracuyá en los mercados Internacionales?
- ¿Cuál es el termino de negociación adecuado para el envío del producto al mercado internacional meta?
- ¿La pulpa de maracuyá podrá ser un producto que traerá rentabilidad para la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya desde la provincia de Manabí?



## **II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Con la utilización de investigaciones tales como: repositorios de tesis, revistas y artículos científicos se está respaldando los argumentos y contribuyendo a la credibilidad y solidez la investigación.

#### **Antecedente N° 1**

La tesis realizada por López y Ponce, (2020) establecen la situación actual de las exportaciones de maracuyá (frutas y derivados) que se dieron en los últimos años a los mercados de Europa y Estados Unidos.

La investigación se enfoca en un análisis de las tendencias de exportación de maracuyá y sus derivados, donde brindan una visión general del flujo comercial de maracuyá hacia los mercados estadounidense y europeo, del mismo modo desarrollan estrategias para mejorar las ventas externas de los productos. Mientras tanto, en los diferentes hallazgos en su investigación realizan un estudio descriptivo con el objetivo de identificar las tendencias de exportación de maracuyá y sus derivados para los mercados estadounidense y europeo, el estado actual del sector maracuyá en todo el país y demanda potencial de maracuyá. Sin embargo, para recabar toda la información necesaria, realizaron la recolección de datos a través de fuentes primarias abarcando temas como cultivo, datos botánicos de la fruta, volúmenes de exportación y precios en los diferentes niveles y métodos de consumo. De la misma manera, se toma en consideración que la producción nacional del maracuyá juega un papel importante en los volúmenes de exportación de la fruta y derivados, ya que se destina a los mercados internacionales. De modo que, en años anteriores los cultivos fueron afectados por factores climáticos; que provocaron la disminución del cultivo en muchas provincias que se recuperaron parcialmente en años posterior. Al realizar esta investigación tuvieron limitaciones en las cuales les impedían la recolección de los datos necesarios para el análisis de las tendencias de exportaciones del maracuyá y sobre todo la principal delimitación fue la colaboración de la población para el objeto de estudio y proporcionar la información requerida.

Esta investigación contribuyó a la viabilidad del producto en el mercado meta, es decir a la aceptación como producto con valor agregado. Adicional, tener datos estadísticos de la oferta y demanda de la pulpa de maracuyá existente, y a su vez conocer los requisitos, normas técnicas para la introducción del producto al mercado, del mismo modo conocer las instituciones existentes que ayudan a controlar y monitorear las exportaciones.

### **Antecedente N° 2**

Mile & Rosales (2017) realizan una tesis denominada "Comercialización de la pulpa de maracuyá mediante tecnificación de su producción con posible expansión hacia nuevos mercados internacionales".

Este estudio contribuye ya que información que permite determinar el proceso productivo óptimo de elaboración para la extracción de la pulpa de maracuyá y poder utilizar el producto correcto en función a su composición mineral, siempre teniendo en cuenta la relación entre problemas de salud y porcentajes minerales a los que se enfrentan los consumidores ante las enfermedades actuales, para que el producto que se pretende lanzar al mercado tenga una buena acogida y satisfaga las necesidades de los consumidores exigentes.

### **Antecedente N° 3**

Gonzales y Aguilar (2020) realizaron una investigación denominado plan de negocios para la exportación de pulpa de maracuyá congelada desde Ecuador hacia el mercado de Alemania.

Para alcanzar los objetivos de internacionalización y aumentar las exportaciones, los investigadores realizan un estudio de mercado y desarrollan un plan de acción para poder conocer los lineamientos de entrada que tiene cada país. Por lo tanto, se utilizó el plan de negocios de exportación como herramienta necesaria para seguir el camino de la internacionalización de las empresas estatales y fortalecer el control comercial de exportación, al realizar la comercialización de los productos de valor agregados, se obtiene como sustento una buena aceptación en el mercado. Por otro lado, al utilizar una investigación descriptiva referente a revistas científicas e informes investigativos para conocer el funcionamiento de una empresa y sus posibilidades de exportación, así como para determinar si la empresa necesita un análisis interno para determinar si cumple con todos los estándares de producción y calidad necesarios para competir en el mercado extranjero.

Al concluir, para exportar un producto a un mercado internacional, es necesario conocer acerca de las preferencias del mercado, también realizar negociaciones con un mercado europeo, en este caso Alemania, trae consigo muchos beneficios económicos, debido a que es una de las economías más estables del mundo y uno de los principales importadores de frutas congeladas a nivel mundial.

Esta investigación favoreció a conocer los procesos de exportación, el proceso de empaquetado, el embalaje, la logística y distribución de esta, y lo principal conocer las preferencias del mercado alemán ya que es uno de los países de estudio, trazar las rutas de internacionalización de las empresas nacionales de tal manera que fortalezca su gestión comercial y exportadora.

#### **Antecedente N° 4**

Alcívar, J (2020) realizó un artículo de la revista Sinergia denominado La cadena de valor en el proceso agrícola de maracuyá.

Los agricultores pueden aumentar los ingresos de sus ventas utilizando el análisis de la cadena de valor. La cadena de valor como herramienta ha sido utilizada en una variedad de negocios, incluidos los industriales, los servicios y las actividades primarias, porque permite determinar ventajas competitivas al conocer puntos críticos del negocio y generar planes de corrección, lo que permite aumentar las ganancias mediante la reducción de costos y el crecimiento del cliente.

Sin embargo, la entrevista fue el método utilizado para la encuesta, lo que permitió a los participantes comprender el proceso desde la siembra hasta la cosecha del fruto. La estimación de los costos y gastos del proceso y la determinación de los márgenes de utilidad se basó en esta información. La tasa promedio de producción de maracuyá por hectárea.

En conclusión, la falta de información y visión de negocios por parte de los agricultores no ha permitido desarrollar, debido a que hay mercados con mejores precios o que ellos puedan hacer procesos como la extracción del jugo, lo cual debería ser un objetivo de la comunidad para desarrollarse y beneficiar a las familias, claro para ello, falta apoyo del gobierno o conocimiento de líneas de crédito que otorga la banca pública en el país.

Este artículo ayudó a mi investigación a la realización de una cadena de valor para lo cual, genera mayores ingresos para los agricultores, de esta manera ya que no participarían con los intermediarios o con terceras personas. Y a la vez dar un

incentivo a los productores sobre sus problemas con las ganancias en la producción del maracuyá.

#### **Antecedente N° 5**

Dorado, Tafur y Ríos (2018) de la revista Redalyc realizaron el artículo Calidad y proceso productivo maracuyá.

Es posible en la región implementar buenas prácticas agrícolas y el uso eficiente del suelo, los recursos hídricos ya que mejora la rentabilidad para los productores. Además, determina los costos variables y los servicios parciales para cada tratamiento. Esto se debe a que la iniciativa tiene como objetivo brindar a los agricultores recomendaciones personalizadas, sin cambiar fundamentalmente el sistema agrícola.

Por otro lado, se utiliza la investigación científica mediante prácticas experimentales, que son de gran ayuda para saber si el producto está en buenas condiciones para ser exportado y si no posee ningún riesgo para el consumo humano, el rendimiento que posee y la calidad del producto para que sea favorable para el mercado alemán.

Por último, es posible obtener una mejor relación beneficio/costo mediante el uso de la tecnología presentada en este estudio y su apropiación por los productores. Esto reducirá los efectos en los recursos naturales y permitirá que los productores tengan una mayor economía.

Este artículo de investigación ayudó a mi investigación a conocer los estándares de calidad que tiene la fruta del maracuyá, los costos de fabricación que tiene para ser producida, la elaboración del producto terminado y determinar cuando el producto está en condiciones de ser exportado a un mercado internacional.

#### **Antecedente N° 6**

Según Haro, Fonseca y Zamora (2020) de la revista SciELO realizaron un artículo denominado Caracterización y Tipificación De La Cadena Agro productiva Del Cultivo De Maracuyá (*passiflora edulis* L) Pedernales, Manabí, Ecuador.

El objetivo de este artículo es evaluar la cadena de producción y comercialización del cultivo de maracuyá en el cantón Pedernales. Para lograr esto, los autores analizarán los aspectos agro-productivos, socioeconómicos y de comercialización de los productores de maracuyá, con el fin de planificar intervenciones y mejoras futuras

en lo que respecta a la producción y comercialización de los productores de maracuyá en el cantón Pedernales.

En el desarrollo del artículo, se utilizaron métodos para recopilar información mediante la lectura científica, recurriendo a fuentes bibliográficas en investigaciones científicas, libros, revistas especializadas, artículos de internet, formulando y aplicando encuestas. Los instrumentos metodológicos fueron validados por docentes expertos en esta herramienta antes de aplicarlos a los productores. El artículo contenía veinte y cinco preguntas.

En los últimos años, el gobierno ha implementado diversas estrategias para aumentar las cosechas, aumentar la productividad y expandir la producción de maracuyá y sus derivados. Esto ha llevado a los pequeños y medianos productores a tomar la iniciativa de mejorar sus cultivos, lo que les permitirá mejorar su producción, comercialización y ganancias.

Este artículo ayudó a mi investigación a conocer la cantidad de productores que existen en otras provincias, su actividad económica, sus procesos logísticos de comercialización, precios, su productividad que realiza en las diferentes fincas de la provincia y a sí mismo cuáles son sus precios de competencia con otras asociaciones.

#### **Antecedente N° 7**

Barahona, Peña y Vega (2019) escribieron un artículo sobre el estudio sobre la investigación de las perspectivas comerciales y logísticas hacia la unión europea para los agronegocios exportadores de derivados de maracuyá.

El análisis del desempeño logístico se centra en la producción de derivados de maracuyá y se examinan las perspectivas comerciales y logísticas de Ecuador en comparación con el mercado de la Unión Europea, utilizando diferentes bases de datos que incluyen mapas comerciales. Existen plataformas que permiten la exportación de productos derivados del maracuyá a la Unión Europea y otras naciones en general, así como al Banco Central del Ecuador.

Por otro lado, al recabar toda la información necesaria, se recabó datos mediante la base de datos de exportaciones de la Unión Europea. Plataforma Trade Map y el Banco Central del Ecuador. Vínculos con las exportaciones de derivados de maracuyá a la Unión Europea y exportaciones del Ecuador en general. Además, se obtuvo datos del Banco Mundial sobre indicadores de desempeño logístico que son altamente valorados en economías bajas en carbono. Esta metodología conduce al

análisis de indicadores de desempeño logístico y de exportaciones de la Unión Europea. Al analizar los indicadores de desempeño logístico.

La mayor parte de los países registraron una ligera disminución en las exportaciones en 2017. Al analizar los indicadores de desempeño logístico, la mayoría de los países experimentaron una ligera caída en las exportaciones en 2017. De 2014 a 2018, la mayoría de los países experimentaron un aumento en las exportaciones. Sin embargo, países como Italia, el Reino Unido, Polonia y Suiza han registrado caídas en las exportaciones. Esta información ayudó a mi investigación a conocer los acuerdos que mantiene el Ecuador ya que generan ventajas competitivas en los mercados mundiales, también el desempeño logístico, la infraestructura del transporte y la logística que es muy importante para la economía mediante las herramientas de trademap, Banco Central del Ecuador y varias bases de datos que serán útiles en la investigación.

### **Antecedente N° 8**

Arias, López y Ponce, S (2019) realizaron el artículo de la revista Observatorio de la Economía Latinoamericana denominado el tema análisis de los flujos comerciales de Maracuyá (fruta fresca y derivados) con incidencia hacia los mercados de Europa y Estados Unidos.

Por otro lado, su investigación la realizaron con base a un tipo de investigaciones descriptiva; para la obtención de información han consultado tanto a fuentes primarias como secundarias, y posteriormente llegaron a la conclusión que Ecuador es un país que su oferta exportable es demandada por el mercado holandés.

Al realizar esta investigación se da a conocer un análisis de la baja producción de la fruta causa ganancias para los intermediarios y agricultores, pero a su vez trae consigo escasez y pérdidas a las industrias locales que se dedican a la elaboración de los derivados ya que merman los volúmenes exportados de jugo o concentrado a los mercados extranjeros.

Para concluir, es esencial disponer de semillas de alta calidad que sean certificadas, para satisfacer las demandas de la industria de derivados y lograr mayores niveles de rentabilidad para las empresas y los comuneros. Debido a la importancia del sector agroindustrial en Ecuador, los cambios en la producción de maracuyá y sus derivados tendrán un impacto positivo en la economía de muchos hogares, y el uso de diversos productos fabricados a partir de esta fruta versátil también contribuirá. hasta el

proceso de transformación de la matriz productiva de la nación. (Arias, López, & Ponce, 2019)

Esta investigación sirvió para mi investigación debido a que se da a conocer los lineamientos de producción, certificaciones, procesos de ingreso del producto a los diferentes mercados expuestos que son Estados Unidos y la Unión Europea.

#### **Antecedente N° 9**

Domínguez, Castillo, Arias (2018) Realizaron un artículo de la revista Observatorio de la economía Latinoamericana denominado Análisis de los flujos comerciales del maracuyá que inciden en los mercados Internacionales.

Por otro lado, se utilizó la investigación descriptiva; para la obtención de información, sin embargo, se realizó la consulta en fuentes primarias como secundarias, y posteriormente se cumplió el respectivo análisis final.

Mediante los resultados relevantes de la investigación, los investigadores deben contar con semillas certificadas de calidad que a su vez satisfagan las necesidades de la industria de derivados, además que permitan alcanzar mayores niveles de rentabilidad para las empresas y comuneros. Dado que el sector agroindustrial es de gran importancia para el Ecuador, los cambios en el sector del maracuyá y sus derivados tendrán un impacto positivo en la economía de muchos hogares y el uso de diferentes productos elaborados a partir de esta versátil fruta también contribuirá. Hasta el proceso de cambio de la matriz productiva del país.

Este estudio contribuyó a mi investigación a aprender más sobre los siguientes problemas que enfrenta el sector del maracuyá, sobre todo en la disminución de la producción de frutas. Además, ha beneficiado a los intermediarios y agricultores, pero ha traído consigo pérdidas en la reducción de las exportaciones de jugo y concentrados a los mercados extranjeros, a pesar de que ha creado escasez y pérdidas para las industrias locales centradas en la producción de derivados del maracuyá, es por ello por lo que, al obtener semillas certificadas, no tendrá pérdidas por parte de los productores y podrían satisfacer la demanda del mercado extranjero.

#### **Antecedente N° 10**

Tigrero, Lovato, Reyes (2015) Publicaron un artículo en la Revista Ciencia UNEMI titulado "Estudio de Factibilidad de Empresa Procesadora de Derivados de Maracuyá". Desarrollo alternativo en Santa Elena, Ecuador.

En hallazgos encontrados, se realizó una investigación inicial sobre la viabilidad técnica y económica del procesamiento de derivados de maracuyá mediante la creación de una empresa de producción y venta en la ciudad de "Las Balsas", ubicada en Santa Elena, estado de Guayas. La empresa se encuentra en Ecuador. Mediante su ubicación y el clima de la región, son ideales para la cosecha de maracuyá, y la materia prima se puede obtener fácilmente durante todo el año. para obtener datos.

Con el fin de establecer relaciones causales entre los factores investigados y lo que se puede lograr, se utiliza la información descriptiva y explicativa sobre las realidades de los municipios, parroquias y estados. El estudio utilizó técnicas histórico-lógicas, analíticas y deductivas.

Debido a que sus operaciones requieren empleados de la misma industria y el uso de tecnología limpia para salvaguardar el medio ambiente, la empresa tiene un impacto social favorable. El nivel de vida de las personas en los municipios y estados mejora como resultado de los beneficios sociales y económicos de las plantas procesadoras de maracuyá.

Este artículo contribuye a mi investigación para conocer más sobre la producción de maracuyá, ya que la empresa pretende especializarse en este tipo de productos, como pulpa de maracuyá (concentrado de pulpa), puré, mermeladas, etc., lo que se dará una ventaja competitiva frente a otros mercados.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

En el trabajo de investigación, se ha tomado en cuenta la contribución teórica de varios autores para comprender y fundamentar conceptualmente la investigación proporcionando un marco sólido para el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos.

### 2.2.1. Fundamentación Teórica

#### **Ventaja comparativa de David Ricardo**

Con respecto a la teoría comparativa de David Ricardo (1817):

En su obra "Principios de Economía Política y Tributación", introdujo el concepto de ventaja comparativa, que se basa en la idea de que un país puede beneficiarse al especializarse en la producción de bienes o servicios en los que tiene un menor costo de oportunidad en comparación con otros países. Esto permite una asignación más



eficiente de los recursos a nivel global y, en última instancia, puede generar beneficios económicos para todos los países involucrados en el comercio.

Según lo mencionado anteriormente, Ecuador cuenta con una ventaja en comparación con otros países debido a su ubicación geográfica y sus condiciones climáticas favorables, las cuales benefician al cultivo exitoso de diversas frutas como banano, piña, mango, papaya y maracuyá, entre otras. También es posible que Ecuador tenga una ventaja competitiva en términos de costos de producción si su mano de obra tiene costos más bajos que en otros países. Por lo tanto, el país puede cultivar frutas de alta calidad y sabor agradable, lo que las hace atractivas en los mercados internacionales.

En resumen, la Asociación de Productores Orgánicos de Maracuyá y Papaya puede utilizar la teoría de la ventaja comparativa al especializarse en la producción y comercialización de estos productos, que son más productivos y tienen costos más bajos debido a las condiciones climáticas y la calidad del suelo en su región. Pueden sacar provecho de sus diferencias con otros países y satisfacer la demanda creciente de productos orgánicos en los mercados internacionales al concentrarse en la producción orgánica y aprovechar las oportunidades de mercado.

### **Ventaja competitiva de Michael Porter**

Según Michael Porter (1980) en su libro "Estrategia Competitiva" Porter se centra en el concepto de ventaja competitiva, que se refiere a aquel valor diferencial que posee una empresa respecto a sus competidores, lo que la hace única y le otorga una posición sólida en el mercado, del mismo modo establece las tres estrategias genéricas (liderazgo en costos, diferenciación y enfoque) que una empresa puede utilizar para obtener una ventaja competitiva en el mercado. Estas estrategias se centran en la búsqueda de un valor diferencial y único que haga que la empresa se destaque y sea exitosa frente a sus competidores. También Porter se centra en el concepto de ventaja competitiva, que se refiere a aquel valor diferencial que posee una empresa respecto a sus competidores, lo que la hace única y le otorga una posición sólida en el mercado.

La ventaja competitiva está estrechamente relacionada con la investigación y la estrategia de liderazgo en costos. Al adoptar esta estrategia, una empresa busca obtener una mayor participación en el mercado y aumentar las ventas al ofrecer productos con la mejor relación valor-precio en comparación con sus competidores. En el caso de la Asociación de Productores Orgánicos de Maracuyá y Papaya, la

búsqueda de la ventaja competitiva a través de la estrategia de liderazgo en costos implicaría ofrecer pulpa de maracuyá de igual o mejor calidad que la competencia, pero a un precio más bajo. Esto permitiría a la asociación atraer a los clientes al ofrecerles un producto de alta calidad a un precio más atractivo, lo que puede resultar en una mayor demanda y un aumento en las ventas. Para lograr esta ventaja competitiva, la asociación podría enfocarse en reducir los costos de producción y operativos. Esto implica optimizar los procesos, utilizar eficientemente los recursos, negociar acuerdos favorables con proveedores, buscar economías de escala y aprovechar las ventajas que puedan tener en términos de mano de obra y recursos naturales.

### **La nueva teoría del Comercio Internacional de Paúl Krugman**

En "Una nueva teoría del comercio internacional", Paul Krugman afirma que las economías de escala son la razón por la cual algunas naciones se enfocan en la fabricación de productos específicos. La especialización de un país puede verse afectada por economías de escala y efectos de aprendizaje, en lugar de depender únicamente de diferencias en la dotación de factores como en la teoría del comercio internacional tradicional, según la nueva teoría del comercio internacional. En la investigación, la Asociación de Productores Orgánicos de Maracuyá y Papaya utiliza la Nueva Teoría del Comercio Internacional para mejorar la competitividad en el mercado mediante la tecnificación y la especialización en productos en los que tengan ventajas.

La asociación tiene como objetivo mejorar la eficiencia y la calidad de sus procesos productivos, lo que podría aumentar su competitividad en el mercado al enfocarse en la tecnificación de estos procesos. Esto está en línea con la noción que se encuentra en la Nueva Teoría del Comercio Internacional de que se puede obtener una ventaja competitiva aprovechando las economías de escala y los rendimientos crecientes.

Además, al especializarse en la producción de maracuyá, la asociación se está enfocando en la pulpa de maracuyá en el que tiene ventajas comparativas, como la ubicación geográfica y como proveedores de materia prima. Esta diferenciación y enfoque pueden permitirles ofrecer productos de alta calidad, lo que puede ser atractivo para nuevos mercados y consumidores.

En definitiva, al lograr una mayor competitividad y comercialización de sus productos en nuevos mercados, la asociación tiene como objetivo obtener utilidades que les

permitan mejorar las condiciones de vida de sus asociados y contribuir al desarrollo económico de la región.

Para finalizar, utilizando la Nueva Teoría del Comercio Internacional en la investigación, la asociación se relaciona con mejorar la competitividad a través de la tecnificación y la especialización en productos con ventajas comparativas, como la producción de maracuyá. Para obtener ganancias financieras y mejorar las condiciones de vida, se producen productos de alta calidad y se expande su presencia en nuevos mercados.

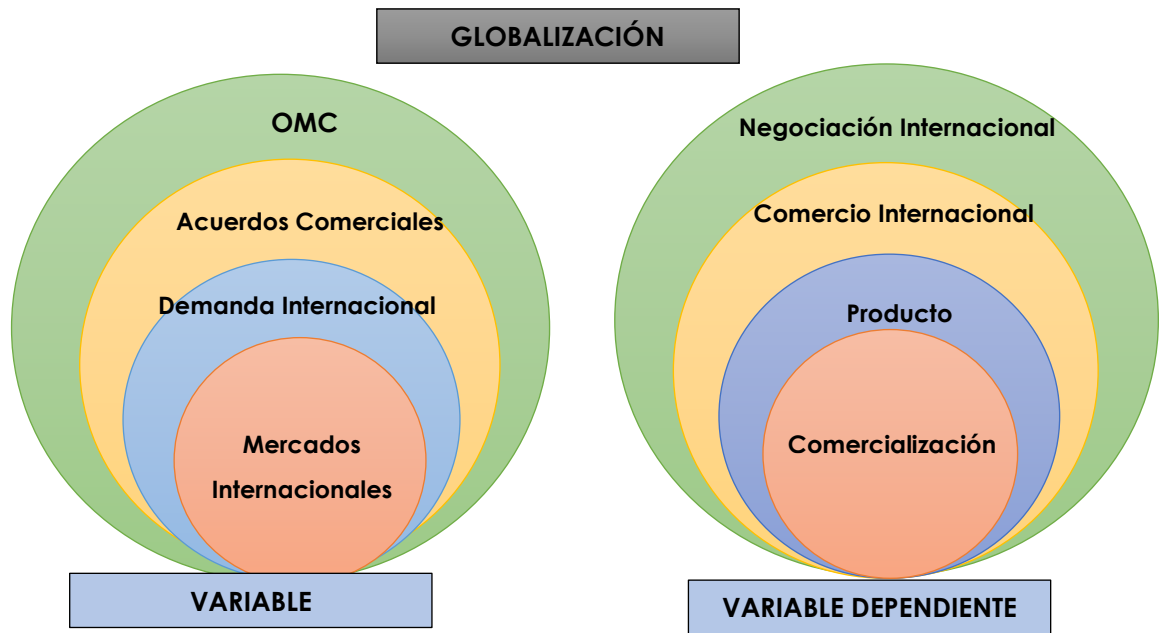
### **Teoría de la Economía Asociativa**

Es un enfoque económico que se basa en la cooperación entre diferentes entidades económicas, como fabricantes, exportadores e incluso gobiernos, que puede crear ventajas competitivas y mayores beneficios para todos los involucrados en el proceso de producción, importación y exportación de bienes y servicios.

En una economía asociativa, los partícipes buscan maximizar el bienestar colectivo en lugar de las ganancias individuales. Este objetivo se logra a través de la cooperación, la solidaridad y la distribución justa de recursos y beneficios. Las decisiones económicas se toman de manera democrática y participativa, teniendo cada miembro voz y voto en la gestión y dirección de la actividad económica. La aplicación de la teoría económica asociativa en la comercialización de pulpa de maracuyá desde la Asociación de Productores Orgánicos de Maracuyá y Papaya podría implicar una serie de estrategias cooperativas y colaborativas entre los miembros de la asociación y los actores relevantes en la cadena de valor. Al unirse en una asociación, los productores pueden aprovechar economías de escala en la producción y comercialización. Ya que puede llevar a una reducción de los costos unitarios, lo que hace que la pulpa de maracuyá sea más competitiva en los mercados internacionales.

En resumen, la teoría económica asociativa se centra en la investigación de la cooperación entre productores para aprovechar economías de escala, obtener certificación orgánica, invertir en investigación y desarrollo de productos agrícolas, acceder a mercados internacionales y desarrollar estrategias de marketing para aumentar la competitividad y los beneficios económicos en los mercados internacional.

## 2.2.2. Fundamentación Conceptual



**Figura 1.** Fundamentación Conceptual

### Globalización

La globalización es el fenómeno de intensificación de las relaciones económicas, sociales y políticas entre las naciones del mundo. También podemos concebir como un proceso que busca establecer y mejorar una red de interconexiones y a la vez se distingue por la ausencia o reducción de las restricciones económicas y migratorias entre los países. (Bezerra, 2021)

### Oportunidad de mercados internacionales

Una oportunidad de mercado implica la posibilidad latente de un producto o servicio que puede favorecer a una empresa para iniciar nuevas empresas, realizar transacciones y obtener nuevos clientes, y de esa manera aumentar su capital y su posición en el mercado. (Narvaez, 2022)

### Mercados internacionales

Los mercados internacionales es el espacio donde se realizan las transacciones económicas entre naciones, en concreto la adquisición y disposición de productos, además, el intercambio de distintos tipos de prestaciones a cambio de una compensación monetaria a nivel mundial. (Cerem Global Business School, 2023)

### Demanda Internacional

Es la compra para la importación de productos y servicios adquiridos en el mercado por hogares, empresas, gobiernos y otros países mediante un tiempo determinado. (Fortún, 2022)

### Diversificación de mercados

Según (Forero, 2021) la diversificación de mercados describe como “una táctica que pretende aumentar el mercado potencial de una compañía mediante la generación de nuevos productos o servicios con el objetivo de expandirse en nuevos mercados.”

### Acuerdos Internacionales

“Un acuerdo comercial es un tratado entre dos o más partícipes con el fin de incrementar el intercambio de bienes, servicios o inversiones entre ellos. De ese modo, cada uno busca sacar provecho para el desarrollo de su negocio.” (Galán, 2020)

### Acuerdo de Facilitación al Comercio

Según la publicación de la (Organización Mundial del Comercio,2022) detalla al Acuerdo sobre Facilitación del Comercio que “establece una serie de medidas para la rápida circulación de las mercancías a través de las fronteras, que se basan en las mejores prácticas de todo el mundo”

### Comercialización

“Es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman.”

### Oferta exportable

La oferta exportable es la denominación de productos y servicios competitivos que ofrecen las empresas para su comercialización internacional y a la vez que cumplan con los requisitos de calidad que el mercado requiera.

### Comercio Internacional

El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas han ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias. (López J. , 2018)

### Negociación Internacional

De acuerdo con Markué (2021), “La negociación internacional es aquella en la cual las partes representan intereses de diferente nacionalidad, con sus implicaciones transculturales.

### 2.2.3. Fundamentación legal

De acuerdo con la pirámide de Hans Kelsen en el proyecto de investigación se aplica un método escalar jerárquico para estructurar el fundamento legal tomando en cuenta artículos esenciales.

**Tabla 1.** Fundamentación Legal

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador (2008)	Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
	El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.
	Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.
	La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.
	Art. 334, numeral 3.- Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción
	Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.
	El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.
	Art. 4, literal o). - Fomentar y diversificar las exportaciones.
	Art. 93, literal a). - Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.
	Art. 94.- Seguro. - El organismo financiero del sector público que determine la Función Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera.

---

Código Orgánico de la Producción,  
Comercio e Inversiones

Art. 154.- Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano.

---

**Fuente:** COPCI (2022)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

La presente investigación cuenta con un enfoque mixto, es decir se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa.

##### 3.1.1. Enfoque

###### Enfoque Cuantitativo

(Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014) Afirma que: La investigación cuantitativa sostiene que el conocimiento debe ser objetivo, y que se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se ponen a prueba hipótesis previamente formuladas.

Al utilizar el enfoque cuantitativo se realizó una recolección de datos con cifras que representan mayormente las exportaciones de la pulpa de Maracuyá, por ende, se identificó en páginas donde se limitaron las cifras reales y sobre todo confiables. Además, se analizó los factores económicos, políticos, tecnológicos y sociales de tres mercados meta que se eligieron, estos fueron evaluados a través de la Matriz POAM que permite determinar de una mejor manera el mercado objetivo óptimo para la comercialización de pulpa de maracuyá.

###### Enfoque Cualitativo

La investigación cualitativa suele partir de una pregunta de investigación, que deberá formularse en concordancia con la metodología que se pretende utilizar. Este enfoque busca explorar la complejidad de factores que rodean a un fenómeno y la variedad de perspectivas y significados que tiene para los implicados (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014)

Se utiliza la investigación cualitativa, porque mide con profundidad los fenómenos que interactúan tanto en las oportunidades de mercados internacionales como en la comercialización de la pulpa de maracuyá, con el fin de determinar gustos y preferencias de los posibles consumidores, como también determinar características y beneficios del producto entre otros aspectos relevantes.



### 3.1.2. Tipo de Investigación

Dentro de este estudio se utilizó la tipología de investigación aplicada, que permite emplear los conocimientos que se adquieren basados en información secundaria o primaria. Para ello se hace uso de los siguientes medios de investigación.

#### Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos, es decir hace interesarse por un tema que no ha sido estudiado antes, o bien permite conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente. (Rus Arias, 2020)

Esta investigación permitió obtener información de textos basados en distintos autores y en páginas oficiales como Banco Central del Ecuador, Pro-Ecuador, Trade Map, SENA, entre otras. Se emplea esta investigación con el fin de obtener datos acerca de la comercialización internacional de la pulpa de maracuyá.

#### Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva implica la descripción precisa de actividades, objetos, procesos y personas para comprender situaciones, hábitos y actitudes comunes. El propósito es predecir y determinar las relaciones entre dos o más variables, no solo recopilar datos.

Este tipo de investigación se centra en analizar y describir las variables de estudio tanto comercialización como mercados internacionales, con el objetivo de tener un conocimiento más amplio acerca de ellas. Asimismo, dar mayor profundidad sobre la situación actual de la oferta exportable y demanda de la pulpa de maracuyá en el mercado internacional.

#### Investigación de campo

Según López (2002) la investigación de campo es la recopilación de información en ambientes reales. Esta investigación dio facilidad para el contacto con los productores de granadilla, permitiendo conocer la situación en tiempo real y en el lugar de la producción y comercialización de la fruta.

## **3.2. IDEA A DEFENDER**

La identificación de mercados internacionales contribuye a la comercialización de la pulpa de maracuyá desde la Asociación de productores maracuyá y papaya de la provincia de Manabí.

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable dependiente: Comercialización

Se considera la comercialización como variable dependiente debido a la existencia de mercados internacionales se establece diferentes lineamientos para el ingreso al mercado meta y sobre todo permite un crecimiento económico de la Asociación de Productores Orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA.

Variable independiente: Mercados internacionales

Se considera como variable independiente mercados internacionales ya que permite a la Asociación ampliar su mercado e internacionalizar la pulpa de maracuyá.

**Tabla 2.** Variable Dependiente

Variable Dependiente	Definición	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Comercialización de la pulpa de Maracuyá	Proceso de intercambio de bienes, servicios, ideas y valores entre oferentes y demandantes, para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes y consumidores (Lerma & Márquez, Comercio y Marketing Internacional, 2015)	Entorno	Situación técnica de la asociación	Entrevista	Formulario 001
			Situación económica y financiera de la asociación	Encuesta	Formulario 001
		Producto	Características del producto	Entrevista	Formulario 001
			Oferta exportable	Entrevista	Formulario 002
			Costos de producción	Encuesta	Formulario 001
		Marketing	Precio	Encuesta	
			Estrategias de negociación	Análisis Bibliográfico	Datos secundarios

**Tabla 3.** Variable Independiente

Variable Independiente	Definición	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Mercados Internacionales	Es aquel que se presenta cuando el oferente comercializa sus bienes o servicios en el extranjero, en uno o varios países, por medio de procesos de exportación-importación y alianzas estratégicas o compañías subsidiarias en el exterior.	Entorno	Factores Socioeconómicos	Análisis bibliográfico e infográfico	Datos secundarios  Internet: archivos, sitios web.  Documentación: libros, revistas comerciales.
			Factores Demográficos	Análisis bibliográfico y linkográfico	
			Factores Políticos	Análisis bibliográfico y linkográfico	
			Factores Legales	Análisis bibliográfico y linkográfico	
			Perfil del Consumidor	Encuesta	
		Mercado	Competencia	Análisis Bibliográfico e infográfico	Datos Secundarios
			Demanda Internacional	Encuesta	Formulario 002

### 3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

#### 3.4.1. Métodos

En el análisis sobre la comercialización de la pulpa de maracuyá en el mercado internacional serán utilizados el método deductivo e inductivo permitiéndonos responder a las preguntas de investigación.

#### Método inductivo

El método inductivo nos permite indagar sobre los inconvenientes que atraviesan los productores de Manabí sobre la comercialización a mercados internacionales, buscando el mejoramiento para el mercado de la pulpa de fruta por medio de estrategias enfocadas en obtener un ingreso económico a cada individuo en esta actividad permitiendo obtener una rentabilidad para ellos.

Método deductivo o analítico

El método deductivo será utilizado para llevar a cabo una investigación diacrónica, buscando precedentes sobre los mercados internacionales de pulpa de maracuyá, de tal manera que se contribuya a la formulación de la hipótesis, del mismo modo se examinará los gustos y preferencias, la capacidad productiva de ASOPAOMAPA, aceptación de ingresos a nuevos mercados, ayudar a determinar si la comercialización es favorable y , al mismo tiempo, satisfacer una parte de la demanda del mercado internacional para alcanzar el objetivo establecido.

### 3.4.2. Población y muestra

#### 3.4.2.1. Población

“La población es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.” (Hernandez, 2010)

En el presente trabajo de investigación la población en estudio es la Asociación De productores Maracuyá y papaya de la provincia de Manabí, identificando a los socios como proveedores y productores de la pulpa de maracuyá, la misma que cuenta con 46 socios, todos producen maracuyá y algunos adicionalmente producen otros tipos de frutas, no se establece el cálculo de la muestra ya se realiza una entrevista al presidente de la asociación.

Para la aplicación de encuestas al mercado internacional se considera la población económicamente activa de la ciudad de Estados Unidos – Florida, que corresponde a 22'244.823 personas, de las cuales se realiza la encuesta a 384 personas.

#### 3.4.2.2. Muestra

La muestra es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante.

La muestra es una parte representativa de la población. (López P. , 2004)

Para el cálculo de la muestra se aplicó el método probabilístico, mismo que refiere al análisis de pequeños grupos pertenecientes a una población, de modo que se aplica la técnica del muestreo aleatorio simple. A continuación, se presenta la siguiente fórmula de muestra finita que se ha utilizado para la aplicación de las encuestas de manera online:

**Tabla 4.** Cálculo de muestra

Símbolo	Descripción	Valor
N	Población	22'244.823
Z	Nivel de confianza	95% (1,96)
P	Probabilidad de éxito	5% (0,5)
Q	Probabilidad de fracaso	5% (0,5)
E	Margen de error	0.05

Teniendo como variables las siguientes, donde:

$$\frac{N * Z^2 * pq}{E^2(N - 1) + Z^2 * (p * q)}$$

$$n = \frac{22244.823 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (22244.823 - 1) + (1,96^2) (0,5 * 0,5)} =$$

$$n = \frac{3114216,56}{7945,4075} =$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

Para la presente investigación se tomó en cuenta la fórmula del muestreo, misma que se aplicó con el fin de determinar el total de las personas encuestadas en el estado de Florida en Estados Unidos, dando como resultado 384 personas del total de la población existente. Esta información permitió conocer el nivel de aceptación de la compra de la pulpa de maracuyá.

### 3.4.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Análisis documental: A través de las técnicas se obtuvo información de fuentes secundarias que fue obtenida de tesis, libros, artículos, con relación al tema de la investigación como los acuerdos comerciales, barreras arancelarias, barreras no arancelarias, exportaciones, importaciones, la competencia internacional, normativa de todos los países de estudio y datos estadísticos, con el fin de determinar el país de destino para la comercialización de la pulpa de maracuyá.

Análisis linkográfico: Consistió en utilizar fuentes web como el internet para recabar información relevante para la investigación.

Entrevista: Para recolectar información se utilizó una entrevista para determinar la capacidad de producción de maracuyá de acuerdo con el proceso de cosecha por

parte de la Asociación de maracuyá y papaya, se realiza una entrevista estructurada al presidente de la Asociación, señor Noé Intriago, quien brinda información acerca de la capacidad productiva, infraestructura, entre otros aspectos relevantes.

Encuesta: También se realiza encuestas online a través de Microsoft Forms donde se obtiene información relevante que ayuda a determinar gustos y preferencias de los posibles consumidores en el mercado meta, que se identifica a través de fuentes secundarias como Trade Map, Santander Trade, Banco Central, Banco Mundial entre otras fuentes de información confiable.

### 3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Gracias al análisis estadístico, se logra recabar información clara y concisa para la elección del país de estudio.

La matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas Ambientales) se utilizó para analizar indicadores y determinar el nivel de oportunidades y amenazas. Esto proporcionó el valor potencial que puede enfrentar la asociación como los factores externos (políticos, socioeconómicos, demográficos y legales). Para obtener los datos necesarios para la investigación, se utilizan plataformas verídicas y confiables como el Banco Central, el Banco Mundial, la Ruta de Comercio y el Grupo Cobus.

### 3.6. ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNACIONAL

#### 3.6.1. Clasificación arancelaria

Para la elección del mercado internacional más adecuado para comercializar la pulpa de maracuyá, se debe determinar exactamente la partida arancelaria, sin embargo, se seleccionó la partida arancelaria 0811.90.94.00, siendo la subpartida específica de acuerdo con el Sistema Armonizado de Codificación Arancelaria.

**Tabla 5.** Clasificación Arancelaria

<b>NANDINA</b>	<b>Código</b>	<b>Descripción mercancías</b>
Sección	II	Productos del reino vegetal
Capítulo	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
Partida S.A.	0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
Subpartida S. A	0811.90	-Los demás
Subpartida NANDINA	081190.94.00	---De maracuyá (parchita)

**Fuente:** COMEX(2017)

### 3.7. Análisis de los principales países ofertantes y demandantes

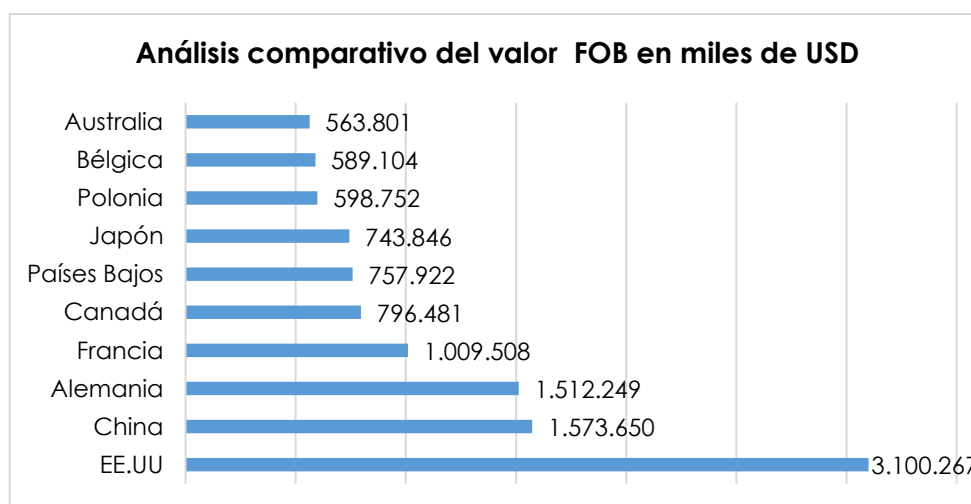
#### 3.7.1. Principales países importadores

Según Trade Map los principales importadores de la pulpa de maracuyá identificados en la partida 081 190. Cabe señalar que en la siguiente tabla muestra las cifras de los 10 países importadores durante los 5 años expresados en millones de dólares con su respectiva participación en el mercado.

**Tabla 6.** Lista de países importadores exportado por Ecuador

Importadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020	Valor importado en 2021	VALOR FOB
EE. UU	436.088	528.043	574.954	706.756	854.426	3.100.267
China	129.981	212.827	309.610	385.518	535.714	1.573.650
Alemania	292.047	295.611	293.312	299.221	332.058	1.512.249
Francia	175.603	189.930	195.684	208.610	239.681	1.009.508
Canadá	128.883	139.018	161.595	168.024	198.961	796.481
Países Bajos	126.570	136.501	147.564	156.822	190.465	757.922
Japón	126.682	135.890	148.376	156.698	176.200	743.846
Polonia	97.707	117.160	108.626	126.967	148.292	598.752
Bélgica	113.008	108.113	109.473	115.918	142.592	589.104
Australia	94.758	100.821	109.923	125.670	132.629	563.801

Fuente: TradeMap (2022)



**Figura 2.** Países importadores

Como resultado de la página web de TradeMap, se puede determinar que el principal país importador del producto a nivel mundial es Estados Unidos, donde su

valor importado ha ido variando de acuerdo a los años, en el año 2017 alcanzó un valor de 436.088 miles de dólares, tomando en cuenta que en el año 2021 obtuvo un valor elevado en comparación de los cinco años con un valor de 854.426 dólares, otro mercado estratégico que le sigue es China, en el 2017 tuvo un valor importación de 129.981 dólares, llegando a su mayor valor en el 2021 con 535.71 dólares y Alemania que se encuentra en tercer puesto de mercado potencial, donde ha obtenido 292.047 dólares importados en el 2017 que ha ido en aumento llegando en el 2021 con un valor importado de 332.058 dólares, se destacó a Estados Unidos, China y Alemania para realizar el análisis POAM y posteriormente encontrar el mercado meta para su comercialización.

### 3.7.2. Principales países exportadores

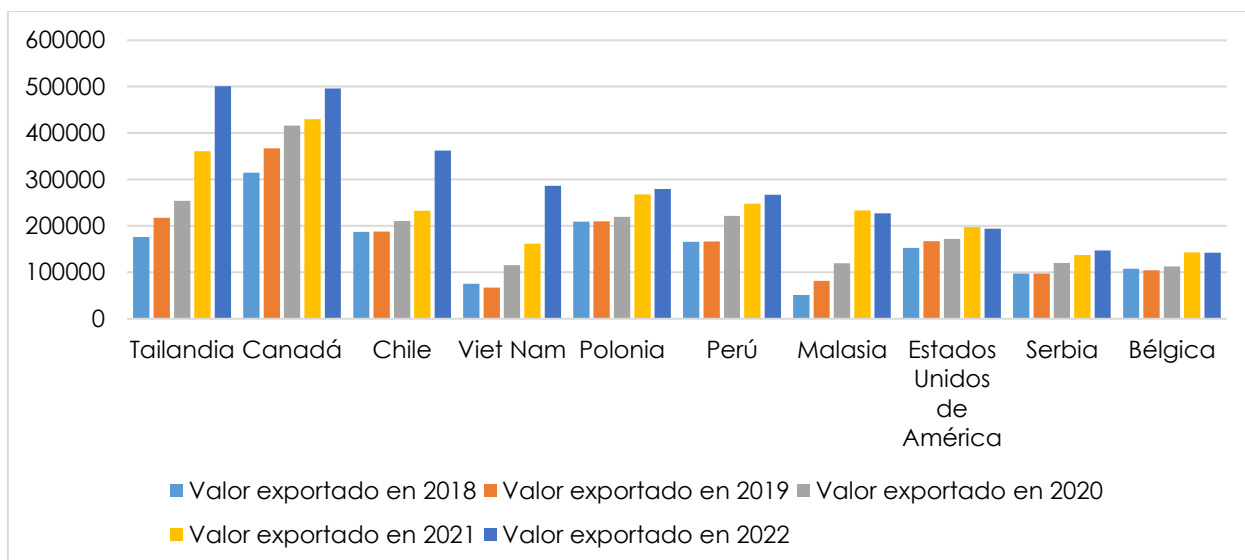
En la siguiente tabla se analizó la subpartida arancelaria 081190 correspondiente a la pulpa de maracuyá con el fin de destacar los competidores.

**Tabla 7.** Principales países exportadores de pulpa de maracuyá para el mundo

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>	<b>Valor exportado en 2020</b>	<b>Valor exportado en 2021</b>	<b>Valor exportado en 2022</b>
Tailandia	176473	217440	254380	360662	501048
Canadá	314902	366976	415900	430092	496225
Chile	187512	187943	210576	232405	362341
Vietnam	75787	67265	115489	161534	286832
Polonia	208930	210162	219676	267760	279562
Perú	165533	166461	221450	248220	267453
Malasia	51159	81775	119458	233723	227293
Estados Unidos de América	153011	167005	171847	197576	194188
Serbia	97729	97479	120156	137210	147102
Bélgica	107621	104739	113034	143184	142462

**Fuente:** TradeMap (2022)





**Figura 3.** Países exportadores

Las principales exportaciones mundiales de la pulpa de maracuyá dentro de la subpartida 0811.90.94, se identificó que Tailandia tiene una participación desde hace 5 años respecto a otros países, seguido por Canadá y estos son los principales competidores de los países.

### 3.7.3. Principales Empresas ofertantes de Ecuador

Cabe destacar que en la siguiente tabla se muestran las empresas más destacadas en términos de exportaciones que venden su producción internacionalmente en los últimos 5 años expresados en millones de dólares.

**Tabla 8.** Empresas exportadoras del Ecuador

EXPORTADOR	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL, FOB	Participación %
Exofrut s.a.	14483 14,66	88578 0,9	34106 28,92	23895 61,87	39599 26,84	120942 13,19	68,8%
Frozentropic cia. Ltda.	-	48614 2,56	75703 9	13878 55,08	12599 27,16	389096 3,8	22,1%
Procesadora de frutas naturales profrutas Cia. Ltda.	91176, 4	44686 ,89	11076 6,38	42177 3,87	74382 7,79	141223 1,33	8,0%
Castro Narváez Natalia del Lourdes	-	7219, 24	16925, 2	7628,5 6	14587, 2	46360,2	0,3%
Industria alimenticia Pérez vaca inalpev Cia. Ltda.	-	24741 ,6	-	11000	9051,6 1	44793,2 1	0,3%
Agrícola oficial s.a. Agroficial F.I.p. latinoamerican	10048	-	5582	9852	11258	36740	0,2%
Perishables del ecuador s.a.	-	10949 ,76	-	-	16480, 28	27430,0 4	0,2%
Ecuafields cl.	-	14340 ,5	-	-	-	14340,5	0,1%
Galarza Guaita Narcisa de Jesús	-	1072, 52	1403,1	-	2453,7 6	4929,38	0,0%

Rodriguez vallejo pablo mauricio	38,5	137,5	180,58	50	406,58	0,0%
----------------------------------	------	-------	--------	----	--------	------

Fuente: Cobus Group (2021)

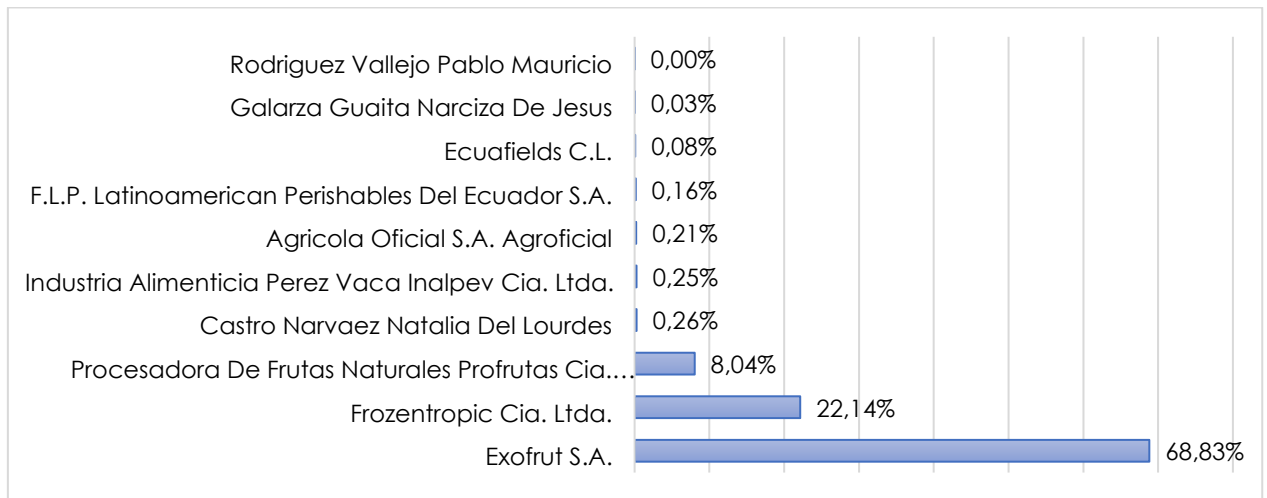


Figura 4. Empresas exportadoras del Ecuador

En la siguiente figura, las principales empresas ofertantes de la pulpa de maracuyá en el Ecuador son: Exofrut S.A. 68.83%, Frozentropic Cia. Ltda. 22.14% y Procesadora de frutas naturales profrutas Cia. Ltda. 8.04% seguidos de Castro Narváez Natalia del Lourdes 0.26% entre otras empresas que satisfacen las necesidades del mercado internación con respecto a esta fruta.

### 3.8. Análisis Factores Internos

#### 3.8.1. Factores económicos del Ecuador

El producto interno bruto (PIB) es un indicador macroeconómico que muestra la cantidad de bienes y servicios producidos en un país durante un período de tiempo, generalmente un año. A través del análisis de este indicador, determina si un país tiene estabilidad económica a través del crecimiento o la disminución del PIB. Por lo tanto, al aumentar la producción de bienes y servicios, el empleo aumentará y creará estabilidad económica y mejorará la calidad de vida de las personas. (Sevilla, 2012)

En la siguiente tabla se analizan los factores económicos como el PIB, PIB per cápita, tasa de inflación, tasa de desempleo y población, que fueron obtenidos del Banco Central del Ecuador y el Instituto Nacional de Estadística y Censo de los últimos 5 años. El Banco Central de Ecuador espera que el producto interno bruto (PIB) aumente un 3,55% interanual (\$68661. millones a valores constantes del año de referencia 2007) en 2021, un repunte desde la caída del 7%, 75% en 2020. La actualización refleja un crecimiento del PIB superior al previsto en mayo.

**Tabla 9.** Factores económicos expresados en millones de dólares

<b>Indicadores</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
PIB (millones \$)	99.937,70	104295,862	107562,008	108108,009	98808,01
PIB Per cápita (millones \$)	6.046	6.217	6.318	6261	5.643
Tasa de inflación (%)	1,12%	-0,20%	0,27%	-0,07%	-1,50%
Tasa de desempleo	5,20%	4,10%	3,70%	3,80%	13,30%
Población	16.529	16.777	17.023	17.268	17.511

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, INEC (2021)

Según los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (2021), el PIB en el año 2016 representó el 99.937,70 millón de dólares, esto se vio afectado por la caída del precio del petróleo, la depreciación del dólar, y el terremoto que afectó al desempeño de la actividad económica. en el año 2017 alcanzó los 104.295,862, en el 2018 alcanzó los 107.562,008 millones de dólares debido al endeudamiento que tiene el país. Para el año del 2019 aumento al 108.108,009 debido al paro nacional de octubre por la eliminación de subsidios a los combustibles. Y para el 2020 decreció a los 98808,01 millones de dólares debido a la emergencia sanitaria mundial por causa de la Covid-19 que ha impactado directamente en el desempeño económico de los países de la región y el mundo, afectando la movilidad de las personas y el normal funcionamiento de establecimientos productivos y comerciales. Entre el período 2016-2017 hubo una tasa de crecimiento del 4%, el período 2017-2018 tuvo un decrecimiento del 1% en comparación al anterior período del 3%, en el período 2018-2019 decreció el 2% en comparación al anterior período dando el 1% en su tasa de crecimiento en el PIB y el período 2019-2020 tuvo un número negativo del -9% debido a la pandemia.

Según los datos del Banco Central del Ecuador, el indicador PIB per cápita en el período 2016-2017 en su tasa de crecimiento del 3%, entre el año 2017- 2018 en comparación al anterior período tuvo una variación del 1% entre los dos años, es decir del 2%, en el período 2018-2019 hubo un decrecimiento del -1%, y el último período del -10%. Debido a la pandemia que afecto a la economía mundial.

Tomando en cuenta el indicador de la tasa de inflación en Ecuador en el 2016 tuvo el 1,12%, en el año 2017 cerró con números negativos al -0,20%, para el año

2018 creció en comparación al año anterior al 0,27%, en el año 2019 se redujo al -0,07% y para el año 2020 cerró de igual manera con números negativos al -1,50% entre los sectores de productos alimenticios, textiles, prendas de vestir y debido a la caída de los precios del petróleo.

Según datos del INEC la tasa de desempleo en el 2016 fue del 5.20% debido a las dificultades económicas, en el año 2017 la tasa de desempleo se redujo a 4,10% debido a que varias empresas realicen recorte de personal haciendo que las personas se queden sin empleo, para el 2018 la tasa de desempleo se redujo aún más al 3,70%, pese a que varias personas se quedaron sin empleo o buscan alternativas para generar ingresos, en el año 2019 aumentó un 10% es decir el 3,80% debido a que la mayor parte de personas son comerciantes informales y obtienen trabajo por temporadas, para el año 2020 hubo un crecimiento en la tasa del 13,30% ya que la mayor parte de personas se vio afectado por la pandemia del COVID-19 y esto produjo el desempleo de muchas personas, del mismo modo las personas buscan fuentes de empleo para poner abastecerse económicamente.

Por otro lado, la población entre el año 2016 y 2017 es semejante que va a los 16 millones de habitantes, para el año 2018 la población alcanzo 17.023, en el año 2019 su población fue de 17.268 y el año 2020 17.511 no creció debido a la tasa de mortalidad de las personas que fueron afectadas por le covid-19.

### **3.9. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO ECONÓMICO**

A continuación, se realiza el análisis del entorno macroeconómico de Estados Unidos, China y Alemania utilizando factores demográficos, económicos, políticos y legales, con el fin de identificar la mejor opción de mercado para la comercialización internacional de la pulpa de maracuyá de la provincia de Manabí a través de la matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas.

#### **3.9.1. Factores socioeconómicos**

##### **3.9.1.1. El producto interior bruto (PIB)**

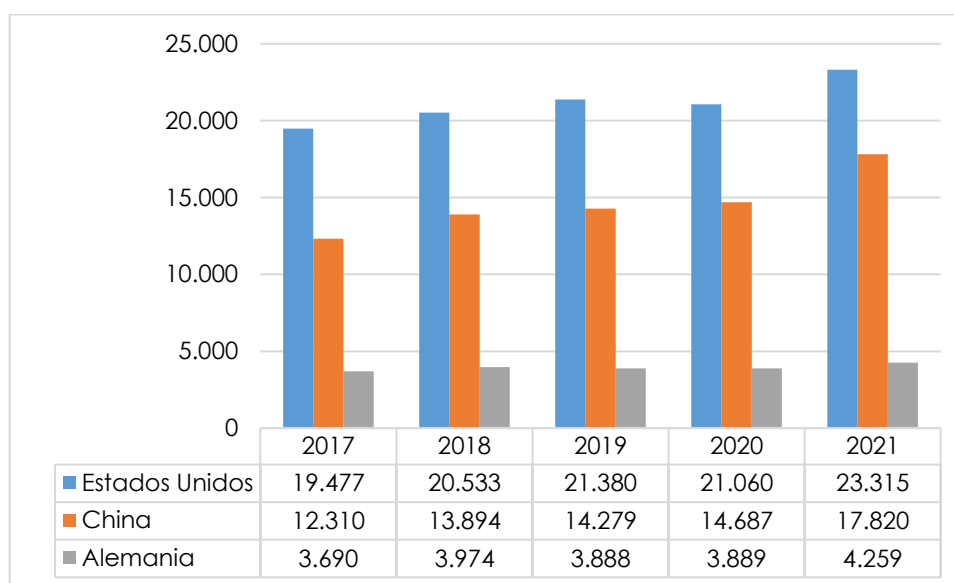
“Es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un territorio en un determinado periodo de tiempo. Se utiliza para medir la riqueza que genera un país.” (Sevilla, Producto Interno Bruto, 2012)

A continuación, se detalla el comportamiento del PIB de cada uno de los países de estudio, tomando como referencia 5 años atrás.

**Tabla 10.** Factores del Producto Interno Bruto por Países (mil millones de USD)

País	2017	2018	2019	2020	2021	Tasa de crecimiento (%)
Estados Unidos	19.477	20.533	21.380	21.060	23.315	4,69%
China	12.310	13.894	14.279	14.687	17.820	9,96%
Alemania	3.690	3.974	3.888	3.889	4.259	3,77%

**Fuente:** Banco Mundial (2022)



**Figura 5.** Producto Interno Bruto

El producto interno bruto (PIB) se considera el índice básico para medir la competitividad de un país, ya que refleja la producción total de bienes y servicios de una economía durante un período de tiempo determinado.

Al analizar las tres economías se tiene en cuenta una comparación del PIB a precios constantes, lo que implica que se ha descontado la inflación. Al resaltar y comparar las tasas de crecimiento del producto interno bruto de los países estudiados de 2017 a 2021, Estados Unidos es el país con mejor oportunidad de mercado por su alto porcentaje, conveniente para la investigación.

### 3.9.1.2. PIB Per Cápita

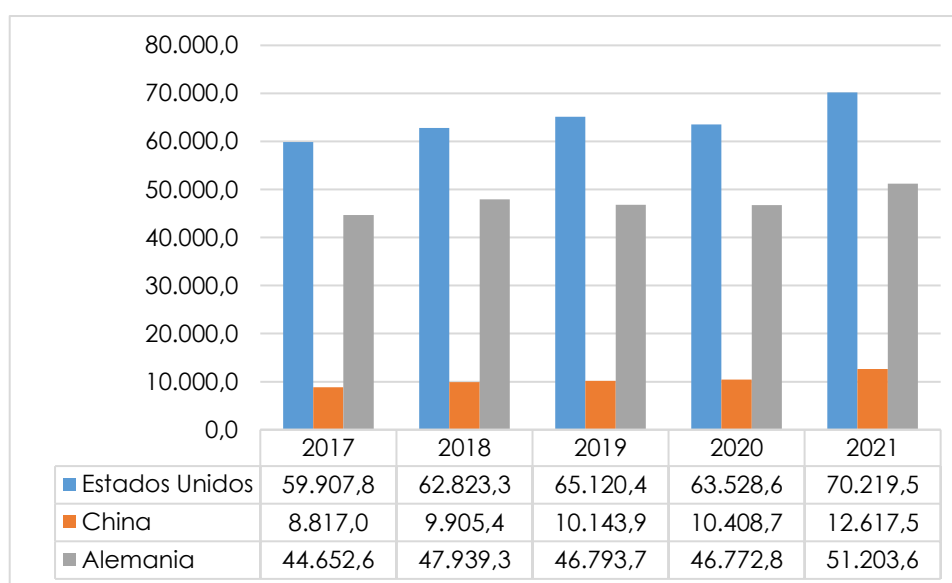
La siguiente tabla analiza los países que pueden ser útiles a la hora de tomar decisiones para los consumidores potenciales. Estas cantidades están expresadas en

millones de dólares para los últimos cinco o varios años y expresados en millones de dólares FOB.

**Tabla 11.** Factor del PIB Per Cápita (millones de USD)

	2017	2018	2019	2020	2021
Estados Unidos	59.907,8	62.823,3	65.120,4	63.528,6	70.219,5
China	8.817,0	9.905,4	10.143,9	10.408,7	12.617,5
Alemania	44.652,6	47.939,3	46.793,7	46.772,8	51.203,6

**Fuente:** Banco Mundial (2022)



**Figura 6.** El PIB Per Cápita de los países Potenciales

En base a la siguiente figura, se observa la evolución del PIB per cápita. Esto muestra que de 2017 a 2021, Estados Unidos es el país más rentable con valores más altos en comparación con China y Alemania.

Dado que Estados Unidos tiene un alto poder adquisitivo y sus residentes tienen la mejor calidad de vida. Del mismo modo el PIB per cápita de China donde el país ha experimentado un crecimiento mínimo del PIB per cápita, debido a la participación de las empresas en varios mercados.

Alemania, por el contrario, parece mantener su clara tendencia de crecimiento alto, ocupando el segundo lugar entre los países estudiados. Alemania parece mantener una tendencia de crecimiento netamente alta, lo que la posiciona en el segundo lugar entre los países estudiados. Esto sugiere que Alemania también presenta oportunidades de ingresos rentables. De acuerdo con lo antes mencionado, Estados Unidos, China y Alemania tienen buenos niveles de rentabilidad y podrían representar

oportunidades de ingresos para empresas que buscan participar en diversos mercados.

### 3.9.1.3. Inflación

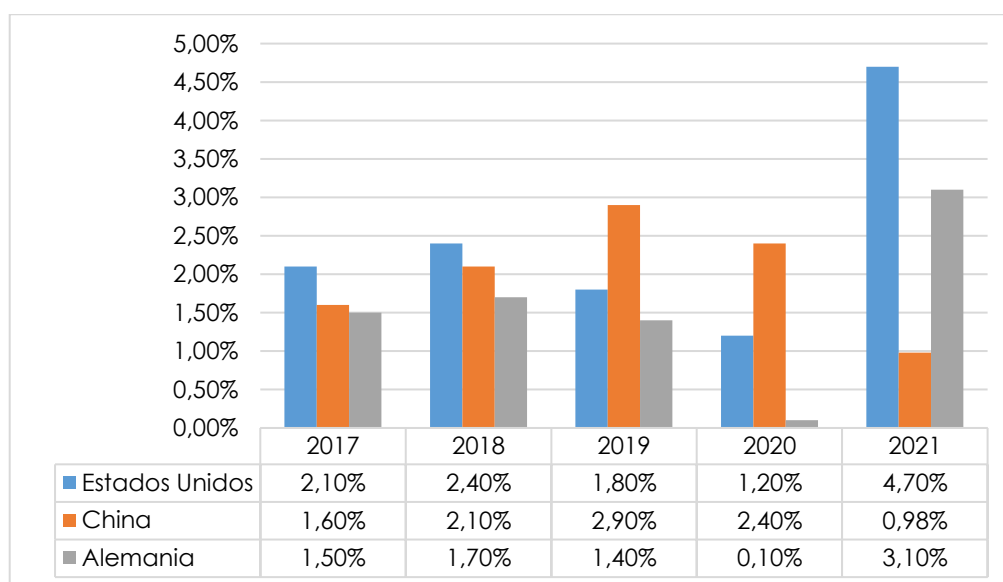
Es un indicador que permite determinar el aumento de los precios de los bienes y servicios, es decir cuanto mayor es la tasa de inflación de un país, menos bienes pueden adquirir los consumidores porque afecta el poder adquisitivo, por otro la baja inflación fomenta la inversión (Fernández, 2017).

A continuación, se analiza la inflación de cada uno de los países potenciales del 2017 al 2021 debido a que este indicador muestra la estabilidad económica con respecto al demás país para lo cual dicho indicador esta expresado en porcentajes.

**Tabla 12.** El Factor de la Inflación

País	2017	2018	2019	2020	2021
Estados Unidos	2,1%	2,4%	1,8%	1,2%	4,7%
China	1,6%	2,1%	2,9%	2,4%	0,98%
Alemania	1,5%	1,7%	1,4%	0,1%	3,1%

**Fuente:** Banco Mundial (2022)



**Figura 7.** Inflación de los países potenciales

**Fuente:** Banco Mundial (2022)

Como se puede apreciar en la figura, indica la variación porcentual de la inflación de los 3 países de estudio, en donde China es el país con menor índice de inflación

de precios al consumidor representando el 0,98% en el año 2021. Estados Unidos mantiene un índice muy elevado en comparación a los 3 países representado por el 4,7%.

Cabe señalar que China es considerado como atractivo en este indicador económico, esto se debe a que una inflación baja favorece el poder adquisitivo y permite a las personas comprar grandes cantidades de productos a precios asequibles para los consumidores en términos de productos de calidad, canastas de bienes/servicios, y promover la inversión. Por otro lado, Estados Unidos y Alemania cuenta con altas tendencias de inflación.

#### 3.9.1.4. Tipo de cambio %

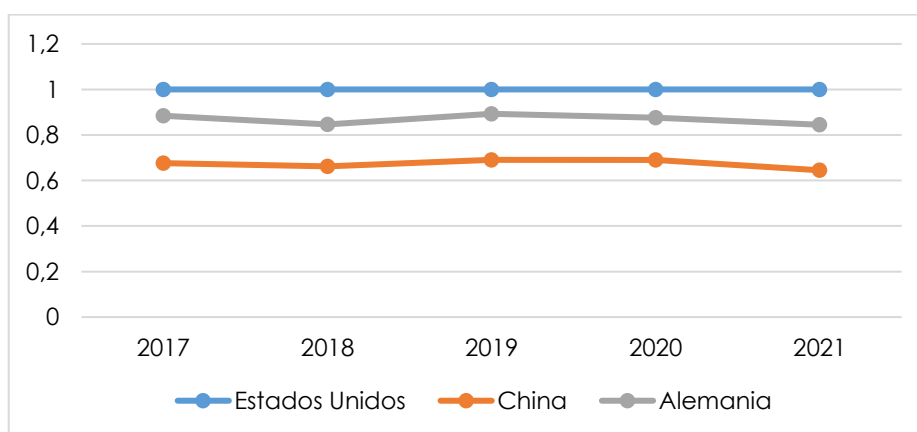
El tipo de cambio es el precio al cuál una divisa de un país puede ser convertida por la divisa de otro país como también diferenciar los precios de los bienes y servicios de cada uno de ellos. (EFXTO, 2020)

Es factible considerar el tipo de cambio al realizar una negociación internacional, para lo cual el siguiente indicador esta expresado en porcentajes de los últimos años.

**Tabla 13.** Factor de Tipo de Cambio (dólares americanos)

País	Tipo de moneda	2017	2018	2019	2020	2021
Estados Unidos	Dólar estadounidense (USD)	1	1	1	1	1
China	Yuan chino (CNY)	6,76	6,62	6,91	6,90	6,45
Alemania	Euro (€)	0,89	0,85	0,89	0,88	0,85

**Fuente:** Banco Mundial (2022)



**Figura 8.** Tipo de Cambio de los Países Potenciales

**Fuente:** Banco Mundial (2022)

Este indicador determina el número de divisas nacionales que hay que entregar para adquirir divisas extranjeras. El poder adquisitivo de la moneda depende el poder de



compra o adquisición de productos y a su vez, su precio dependerá la competitividad en el mercado internacional.

Para realizar la exportación de la pulpa de maracuyá al mercado estadounidense es muy favorable, ya que al manejar la misma moneda no existe variación en el tipo de cambio. China y Alemania poseen de otras divisas que dependiendo del tipo de cambio benefician o perjudican la comercialización.

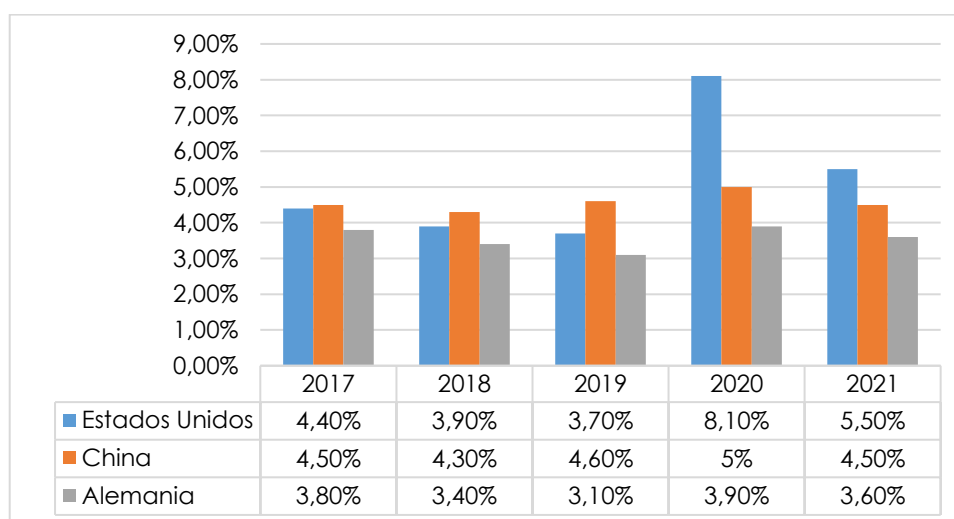
### 3.9.1.5. Tasa de desempleo

Para seleccionar el mercado es de suma importancia identificar la tasa de desempleo ya que el producto será ofertado a persona con capacidad adquisitiva. Por ello en la siguiente tabla se expresa el porcentaje de desempleo de potenciales países en los diferentes años. (Roncaglia, 2021)

**Tabla 14.** Factor desempleo

País	2017	2018	2019	2020	2021
Estados Unidos	4,4%	3,9%	3,7%	8,1%	5,5%
China	4,5%	4,3%	4,6%	5%	4,5%
Alemania	3,8%	3,4%	3,1%	3,9%	3,6%

**Fuente:** Banco Mundial (2022)



**Figura 9.** Tasa de desempleo

En Base a la figura N° 8 se puede apreciar el indicador de la tasa de desempleo total de los últimos 5 años, en donde se considera el desempleo de la población económica activa, hay que tomar en cuenta que en el año 2021 hubo un gran porcentaje de desempleo debido a la pandemia del COVID-19, en Alemania hubo

una tasa mínima de desempleo del 3,60% seguido de China del 4,5% donde disminuyó en comparación al año 2020 que tuvo un porcentaje de 5%. Se considera a Alemania con una tasa de desempleo baja.

### 3.9.1.6. Balanza comercial

“Es un indicador económico que se obtiene de los datos mediante datos de exportación e importación de bienes de consumo o de pagos al exterior del país y cobros desde dicho exterior.” (DELSOL, 2021)

**Tabla 15.** Balanza Comercial (millones de USD)

Países	2018	2019	2020	2021	2022
Estados Unidos	-878.748	-857.259	-92.878	-1083.510	-1183.011
China	380.074	392.993	511.103	562.706	668.633
Alemania	244.736	230.802	227.764	236.609	87.555




**Fuente:** Santander (2022)

En la siguiente tabla se puede apreciar que Estados Unidos en el período de los 5 años tiene tuvo un déficit en la balanza comercial es decir tuvo más exportaciones que importaciones, China mantiene una balanza comercial positiva, es decir, tuvo más importaciones que exportaciones. Alemania de igual manera posee un superávit esto se debe a que las importaciones son menores que las exportaciones.

### 3.9.1.7. Riesgo país

“El riesgo comercial es el diagnóstico de los riesgos políticos y comerciales que afecta a las operaciones de comercio e inversiones en el exterior”. Este indicador ayuda a determinar si es un país óptimo para la inversión extranjera.” (CESCE, 2021)

**Tabla 16.** Riesgo País países de estudio

	Estados Unidos	China	Alemania
			
<b>Situación política</b>	Estable	Estable	Muy estable
<b>Riesgo comercial</b>	Medio	Alto	Bajo
<b>Economía Interna</b>			
<b>Estado</b>	Regular	Favorable	Regular
<b>Evolución</b>	Estable	Estable	Estable
<b>Economía Externa</b>			

<b>Estado</b>	Desfavorable	Favorable	Regular
<b>Evolución</b>	Estable	Estable	Regular

**Fuente:** CESCE (2021)

En la tabla se muestra información del riesgo país la estabilidad política y la solidez económica de Estados Unidos, Alemania y China son aspectos positivos. Sin embargo, la evaluación de la situación económica interna sugiere la presencia de desafíos o áreas que podrían necesitar atención. Es importante tener en cuenta que las evaluaciones de riesgo país pueden variar con el tiempo, y la situación económica puede verse afectada por eventos globales y cambios en las condiciones del mercado.

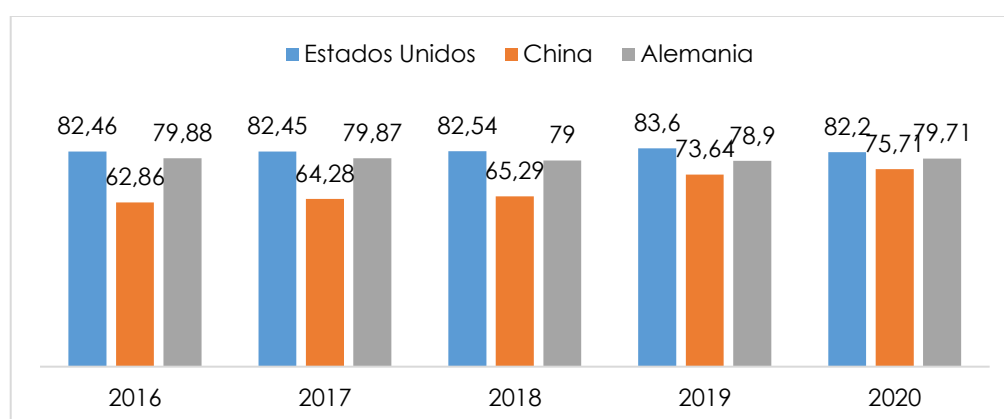
### 3.9.1.8. Facilidad en los negocios

Este indicador también denominado Doing Business que estudia las normas y reglamentos que son inspeccionados por profesionales de las 191 economías. Se encarga de medir el impacto de las empresas en el mercado globalizado, además ayuda al desempeño de las economías en las economías del ámbito de los negocios en un determinado tiempo. (Banco Mundial, 2021)

**Tabla 17.** Facilidad en los negocios

	2016	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	82,46	82,45	82,54	83,6	82,2
China	62,86	64,28	65,29	73,64	75,71
Alemania	79,88	79,87	79	78,90	79,71

**Fuente:** Datos Macro, Banco Mundial (2021)



**Figura 10.** Facilidad en los negocios

En la siguiente figura se observa que en el año 2020 Estados Unidos y Alemania está entre los 10 primeros países para realizar negocios fácilmente, mientras que China se encuentra tiene un índice bajo. Cabe resaltar que es óptimo para realizar una negociación efectiva y sin complicaciones como en el caso de Estados Unidos ya que ayuda a identificar áreas de mejora y a comprender cómo un país puede mejorar su atractivo para la inversión y su competitividad a nivel global.

### 3.9.1.9. Índice de competitividad global

Es una medida que evalúa los fundamentos microeconómicos y macroeconómicos de la competitividad a nivel nacional. Este índice proporciona una visión integral de la capacidad de un país para crear y mantener un entorno empresarial que favorezca la eficiencia y la productividad a largo plazo. (Chacón, 2021)

**Tabla 18.** Índice de competitividad global

	Estados Unidos		China		Alemania	
	Ranking	Índice	Ranking	índice	Ranking	Índice
2016	3°	80,19	28	72,61	4	78,98
2017	2°	83,57	27	71,43	5	80,71
2018	1°	85,64	28	72,61	3	82,84
2019	2°	83,67	28	73,90	7	81,80
2020	10°	92,4	28	74,87	6	80,54

**Fuente:** Datos Macro (2021)

En la siguiente tabla se aprecia que Estados Unidos y Alemania desde los 5 últimos años, se han posicionado entre los 10 primeros países en lo que respecta a la competencia nacional e internacional y China mantiene un índice bajo en comparación a dos países de estudio.




### 3.9.2. Factores Demográficos

#### 3.9.2.1. Población

Los factores demográficos abarcan características de un país que es fundamental al momento de determinar un mercado como la población, la misma que se considera un grupo de individuos integrados que forman parte de una sociedad. (Westreicher, 2020)

**Tabla 19.** Factores Demográficos

Estados Unidos	China	Alemania
----------------	-------	----------

<b>Capital</b>	Washington D. C	Pekín	Berlín
<b>Superficie</b>	9.831.510 Km <sup>2</sup>	9.600.013 Km <sup>2</sup>	357.020,70 km <sup>2</sup>
<b>Moneda</b>	Dólar Estadounidense	Yuanes chinos	Euro
<b>Religión</b>	Cristianismo	Sincretismo	Cristianismo
<b>Población</b>	332.183.000	1.412.360.000	84.358.845
<b>Idioma</b>	Inglés	Mandarín	Alemán
<b>Bandera</b>			

**Fuente:** Datos Macro (2021)

En la tabla 19 se analiza a Estados Unidos con su capital Washington D.C., con una superficie de 9.831 millones km<sup>2</sup> en donde su moneda de circulación es el dólar estadounidense en comparación a los demás países no se devalúa, mayormente su población se inclina a la religión cristiana, su bandera está conformada de tres colores el azul, blanco y rojo con estrellas en la parte superior derecha.

En la misma tabla se muestra a China con una geográfica de 9.600.013 km<sup>2</sup>, este país maneja el yuan chino y su religión es mayor mente sincretismo y su bandera está conformada de dos colores en donde predomina el rojo con estrellas amarillas en la parte superior izquierda.

El siguiente es Alemania con su capital Berlín que conforma parte de la Unión Europea con una superficie de 357.020,70 km<sup>2</sup>, y por pertenecer a este bloque económico la moneda que circula es su territorio es el euro y mayormente su la población se inclina a la religión del cristianismo y su bandera está conformada de tres colores negro, amarillo y amarillo de manera horizontal.

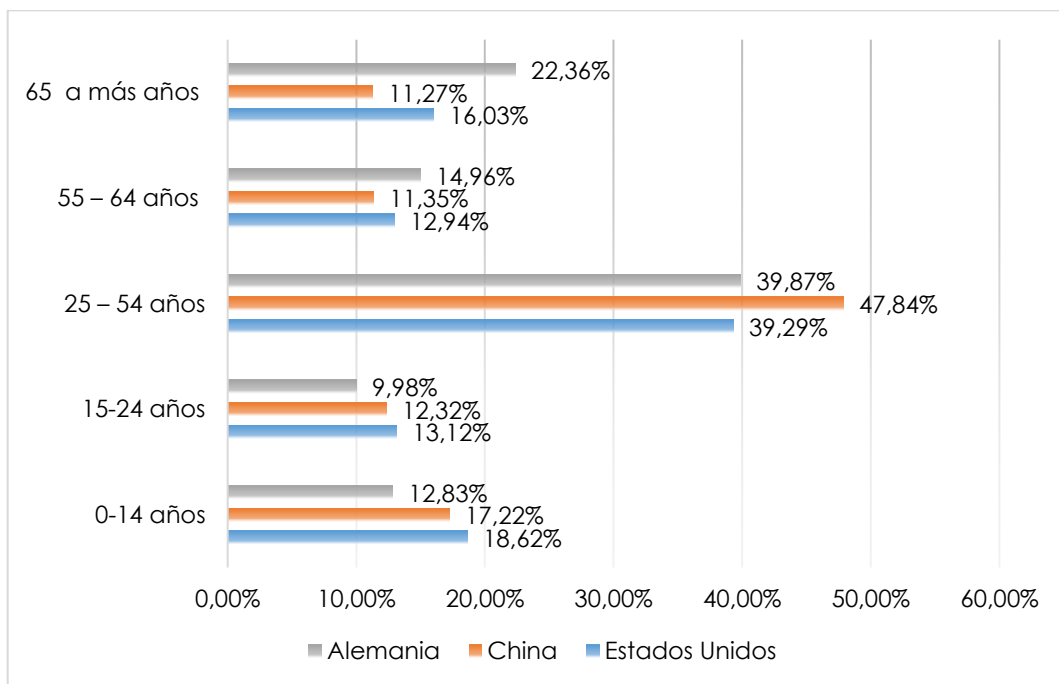
### 3.9.2.2. Distribución por edad

Se refiere a la representación proporcional de los individuos en una población en función de sus edades. Es un indicador demográfico clave que se utiliza para comprender la estructura de edad de una población y puede tener implicaciones significativas para diversas áreas, como la planificación social, económica y de servicios. (CEPAL, 2019)

**Tabla 20.** Distribución por edad

Distribución por edad	Estados Unidos	China	Alemania
0-14 años	18,62%	17,22%	12,83%
15-24 años	13,12%	12,32%	9,98%
25 – 54 años	39,29%	47,84%	39,87%
55 – 64 años	12,94%	11,35%	14,96%
65 a más años	16,03%	11,27%	22,36%

**Fuente:** Índex Mundo (2022)



**Figura 11.** Distribución por edad

Dentro de la tabla de distribución por edad se realizó una segmentación, donde es el rango de personas que poseen de 25 a 54 años el porcentaje demográfico más alto, además es necesario mencionar que este es el segmento en el se encuentra la población económicamente activa, siendo China el país que más PEA posee a comparación de Alemania y Estados Unidos.

### 3.9.2.3. Crecimiento de la población

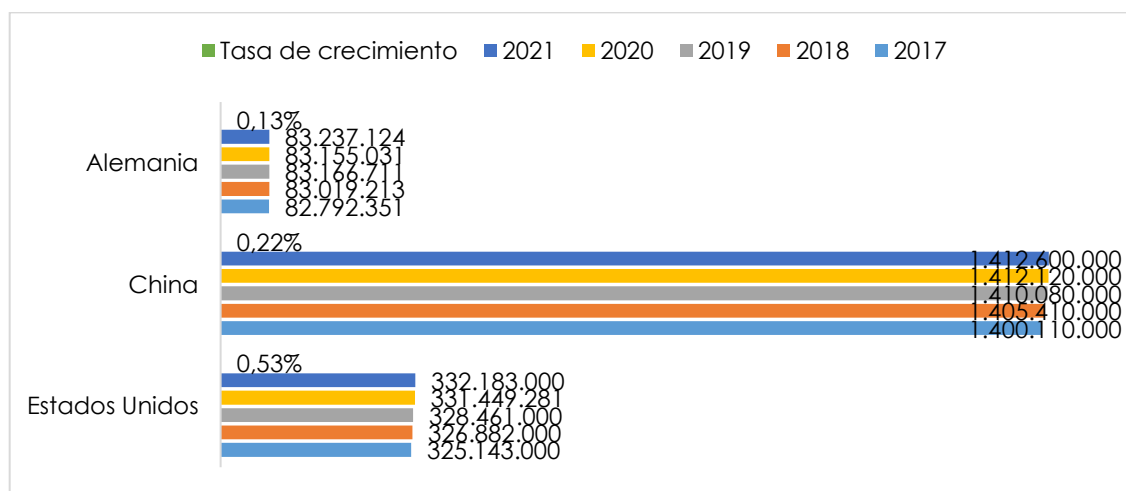
El crecimiento poblacional se refiere al cambio en la cantidad de individuos en una población durante un cierto período de tiempo y se puede medir como la variación en el número de individuos por unidad de tiempo.

En la siguiente tabla se muestra el crecimiento de la población en los diferentes periodos de años.

**Tabla 21.** Crecimiento de la Población (Millones de habitantes)

Población Total	Estados Unidos	China	Alemania
2017	325.143.000	1.400.110.000	82.792.351
2018	326.882.000	1.405.410.000	83.019.213
2019	328.461.000	1.410.080.000	83.166.711
2020	331.449.281	1.412.120.000	83.155.031
2021	332.183.000	1.412.600.000	83.237.124
Tasa de crecimiento	0,53%	0,22%	0,13%

**Fuente:** Banco mundial (2022)



**Figura 12.** Comparación de crecimiento de población

En base al gráfico se puede apreciar que Estados Unidos en el año 2017 se presenta un crecimiento de la población a 325.143.000 millones de habitantes, durante el año 2018 la población ha llegado a 326.882.000 Millones de personas, en el año 2019 la población llega a tener un crecimiento notable llegando a tener la cifra de 328.461.000 millones de habitantes siendo la cifra más alta para ese periodo, para el año 2020 hubo un crecimiento de 331.449.281 millones de habitantes siendo la cifra más alta en comparación a los otros años, para el año 2021 su cifra aumento al 332.183.000, para el año 2021 tuvo un crecimiento con una cifra de 17.481.214, sin embargo, la tasa de crecimiento de la población es del 0,53%.




China es un país alto en economía en escala ya que en el año 2017 se presenta un crecimiento de la población a 1.400.110.000 millones de habitantes se mantiene constante en lo que solo varía unas cifras, durante el año 2018 la población ha llegado a 1.405.410.000 Millones de personas, sin embargo en el año 2019 la población llega a tener un crecimiento notable llegando a tener la cifra de

1.410.080.000 millones de habitantes, para el año 2020 hubo un crecimiento de 1.412.120.000 millones de habitantes su crecimiento es constante no sube mucho en comparación a los países, sin embargo la tasa de crecimiento es del 0,22% es positiva. En base al gráfico se puede apreciar que Canadá es un país pequeño donde su población en el año 2017 se presenta un crecimiento de la población a 82.792.351 millones de habitantes, durante el año 2018 la población ha llegado a 83.019.213 Millones de personas para lo cual se considera una población grande, sin embargo en el año 2019 la población llega a tener un crecimiento notable llegando a tener la cifra de 83.166.711 millones de habitantes siendo la cifra más alta para ese periodo, para el año 2020 hubo un decrecimiento de 83.155.031 millones de habitantes, por último en el año 2021 tuvo una cifra de 83.237.124 millones de habitantes sin embargo la tasa de crecimiento es del 0,13% es positiva. Sin embargo, Estados Unidos es una nación considerable para enfocar la exportación de pulpa de maracuyá, debido a que hay una mayor población con ingresos monetarios y poder adquisitivo.

### 3.9.3. Factores Políticos

#### 3.9.3.1. Política Comercial

**Tabla 22.** Acuerdos comerciales

	Estados Unidos	China	Alemania
<b>País</b>			
<b>Acuerdos comerciales vigentes</b>	Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)	Tratado del libre comercio (TLC)	Acuerdo comercial Multipartes con la Unión Europea

**Fuente:** Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2023)

En la siguiente tabla se toma en cuenta los acuerdos comerciales vigentes que tiene Ecuador con los tres países que se indican. En el caso de Estados Unidos mantienen el acuerdo del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) que beneficia a los exportadores, dado que sus productos ingresan con cero aranceles o reducción de las tasas arancelarias. Alemania mantiene el acuerdo comercial multipartes con la Unión Europea que permite la exoneración del arancel de cierto grupo de productos. China mantiene el tratado del libre comercio.



Por ende, Ecuador mantiene acuerdos comerciales que son favorable con los 3 países permitiendo que los exportadores ecuatorianos ingresen al mercado cierto productos determinados con exoneración en el pago de arancel.

### 3.9.3.2. Barreras Comerciales

Son aquellas que son limitaciones aplicadas al comercio exterior ya que su objetivo es proteger la economía nacional de la competencia extranjera y equilibrar su economía, por ende, estas restricciones se clasifican en barreras arancelarias y no arancelarias. (Jain, 2019)

#### 3.9.3.2.1. Barreras arancelarias

Son medidas que imponen impuestos conocidos como aranceles a las importaciones de bienes y servicios, mediante para salvar y proteger la producción, salud, seguridad, integridad y bienestar de la población.

**Tabla 23.** Barreras arancelarias

Partida arancelaria	Tributos		
	Ad. Valorem	Liberación	IVA
Estados Unidos	6,56%	Varía de acuerdo con el producto	2,9% y 7,25% (varía de acuerdo con su estado)
China	7,20%	Varía de acuerdo con el producto	5% Estándar
Alemania	10,75%	Varía de acuerdo con el producto	19% Estándar

**Fuente:** Integrated trade intelligence portal WTO (2022)

El portal de WTO muestra datos sobre el arancel ad-Valorem de Estados Unidos, China y Alemania, donde el país que mayor oportunidad ofrece para la exportación de la pulpa de maracuyá es Estados Unidos pose un arancel de 6,5%, seguido de China con 7,20% y finalmente con Alemania manteniendo un arancel alto de 10,75%.

#### 3.9.3.2.2. Barreras no arancelarias

Son mecanismos aplicados por los países que buscan salvaguardar la producción nacional, cabe recalcar que no son impuestos monetarios si no medidas institucionales que se debe de cumplir para el ingreso y circulación de un producto dentro del territorio nacional.

**Tabla 24.** Barreras no arancelarias

PAÍS	REQUISITOS
ESTADOS UNIDOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Licencia de Importación</li> </ul>



---

## CHINA



## ALEMANIA



- Certificado sanitario y fitosanitarios
- Licencias de importación y autorizaciones previas
- Requisitos de etiquetado
- Certificado de Buenas prácticas agrícolas
- Factura comercial
- Documento de embarque
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- Normas Técnicas y Normas de Calidad
- Certificado de consumo humano
- Contrato de compraventa
- Certificado de origen
- Licencia de Importación
- Certificado de origen
- Factura Comercial
- Normativas sanitarias y fitosanitarias
- Certificado NAFTA
- Normas técnicas y de etiquetado

---

**Fuente:** ProEcuador (2018)

Se debe tener en cuenta que para poder ingresar un producto en un mercado internacional es necesario conocer los requisitos o requerimientos necesarios que exigen en los diferentes países como son Estados Unidos, China y Alemania. Como se puede observar en la tabla, las barreras no arancelarias establecidas en cada uno de los países, ya que son medidas muy exigentes a causa de que buscan cuidar la salud humana y preservar el medio ambiente a través de certificaciones de calidad, y así dar apertura comercial e ingresar de manera legal las mercancías.

### 3.9.4. Factores legales

#### 3.9.4.1. Normativa Aduanera Estados Unidos

Al pretender comercializar la pulpa de maracuyá en Estados Unidos, Ecuador debe tener en cuenta las regulaciones específicas, asegurarse de cumplir con las normativas aduaneras y de calidad, obtener certificaciones necesarias y contar con asesoramiento jurídico especializado para garantizar el éxito en el mercado estadounidense.

La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos (CBP), que es la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza del Departamento de Seguridad

Nacional de los Estados Unidos, es la principal autoridad que supervisa la normativa aduanera de los Estados Unidos. La CBP se encarga de aplicar las leyes aduaneras e inmigratorias para regular el flujo de bienes y personas a través de las fronteras estadounidenses; sin embargo, las regulaciones pueden cambiar, por lo que es importante mantenerse al día sobre cualquier modificación en las leyes y regulaciones aduaneras de Estados Unidos. (OMPI, 2020)

Para la comercialización exitosa de la pulpa de maracuyá en Estados Unidos, los productores y exportadores deben asegurarse de que sus productos cumplan con todas las regulaciones establecidas en el Título 21 del CFR, especialmente en el Capítulo 9. Esto implica el cumplimiento de las normativas de etiquetado, estándares de calidad y seguridad alimentaria establecidos por la FDA. Además, es fundamental mantenerse informado sobre posibles actualizaciones o cambios en estas regulaciones para garantizar el cumplimiento continuo.

#### 3.9.4.2. Normativa Aduanera – China

La normativa aduanera china es un conjunto de reglas y regulaciones establecidas por las autoridades chinas para regular el movimiento de bienes a través de sus fronteras. Sin embargo, quien regula es la Administración General de Aduanas de China (GACC) quien es la agencia gubernamental responsable de la gestión y supervisión de las actividades aduaneras en el país. La GACC establece y aplica las regulaciones aduaneras para facilitar el comercio internacional y garantizar la seguridad y legalidad de los bienes que entran y salen de China.

Las normas nacionales chinas para alimentos establecen los requisitos técnicos y estándares de calidad para diferentes categorías de alimentos. Estas normas son emitidas por la Administración Nacional de Regulación del Mercado (NRA, por sus siglas en inglés) y son utilizadas para evaluar la conformidad de los productos alimenticios.

#### 3.9.4.3. Normativa Aduanera – Alemania

Alemania, como miembro de la Unión Europea (UE), sigue las normativas aduaneras establecidas por la Unión Europea, es decir, el Código Aduanero de la Unión es la legislación aduanera principal de la UE, y Alemania lo incorpora en su normativa nacional. Establece las normas y procedimientos aduaneros para la importación y exportación de bienes en la UE.

Además de las regulaciones aduaneras, las normativas de la UE en áreas como la seguridad alimentaria, estándares técnicos y regulaciones ambientales también afectan la importación de productos en Alemania. (ProEcuador, 2018)

### 3.9.5. Factores Tecnológicos

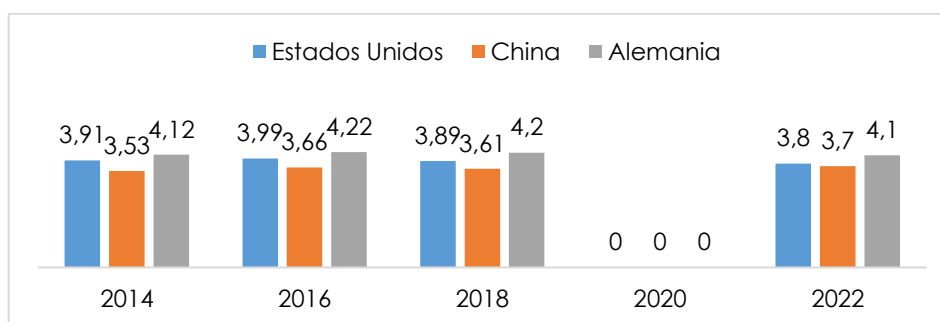
#### 3.9.5.1. Índice de Desempeño logístico

Es un indicador internacional que mide la capacidad de los países para transportar bienes de manera rápida y confiable, también es utilizada para evaluar la eficiencia y efectividad de las cadenas de suministro y logística de un país, la misma se actualiza cada dos años, en el año 2020 no se obtuvieron datos debido a la pandemia. Estos datos están expresados en una escala del 1 al 5 siendo el 1 el más bajo y el 5 lo más alto. (Banco Mundial, 2023)

**Tabla 25.** Índice de desempeño logístico

Años	Estados Unidos	China	Alemania
2014	3,91	3,53	4,12
2016	3,99	3,66	4,22
2018	3,89	3,61	4,2
2020	--	--	--
2022	3,8	3,7	4,1

**Fuente:** Banco mundial (2022)



**Figura 13.** Comparación del Índice de desempeño logístico

**Fuente:** Banco mundial (2022)

En la siguiente tabla, se analiza el desempeño logístico de los tres países de los últimos años, debido a diferentes factores este indicador se lo realiza cada dos años, para lo cual tomaremos como referencia a nuestra investigación del año 2014, 2016, 2018, el 2020 por el momento no se tomará en cuenta por la inexistencia de información y 2022.

Estados Unidos presenta un nivel de desempeño logístico en el 2014 de 3,91 que lo posiciona en el segundo puesto en comparación con los dos países, para el 2016 esta cantidad es de 3,99 debido a que los otros países también subieron su desempeño logístico, lo cual se posiciona en el segundo puesto, de la misma manera para el 2018 continúa en el mismo lugar con 3,89, al igual que en el 2022 es de 3,8 y se posiciona en el segundo puesto.

El siguiente país es China que en el 2014 su indicador de desempeño fue de 3,53 que lo ubica en el tercer puesto de nuestros países de estudio, al 2016 es de 3,66, en el 2018 fue de 3,1 y en el 2022 de 3,7 lo cual se mantuvo en el tercer lugar.

Alemania desempeña un papel muy importante en el desempeño logístico, ya que en los años que se realizó el análisis se ubica en el primer lugar en comparación a Estados Unidos y China, dándonos en el 2014 una puntuación de 4,12 al 2016 incremento un 0,10 dando una cifra de 4,22 para el 2018 decreció, dando 4,22 y para el 2022 tuvo una cifra de 4,10.

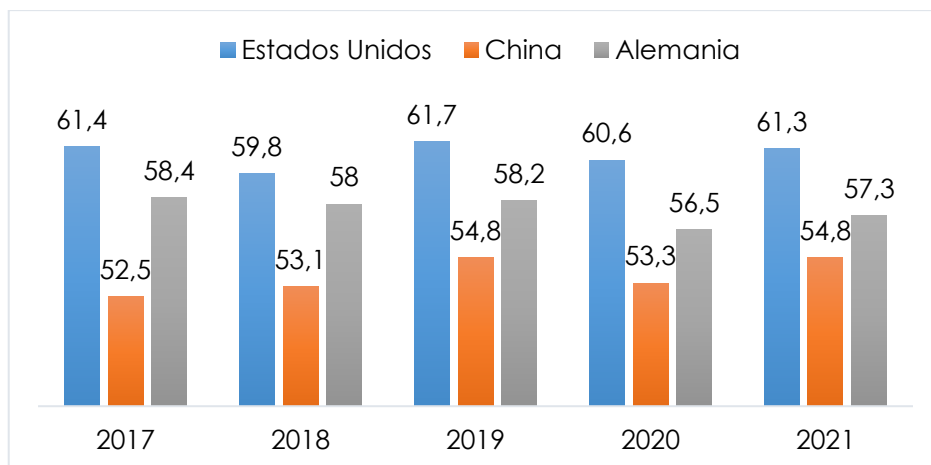
### 3.9.5.2. Índice de innovación

Es una medida que evalúa el entorno de innovación de un país, región o empresa. Se utiliza para medir y comparar el rendimiento en términos de innovación en diferentes lugares del mundo. Este índice generalmente toma en cuenta una variedad de factores que reflejan la capacidad de innovación de un área específica. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual , 2022)

**Tabla 26.** Índice de Innovación

<b>Años</b>	<b>Estados Unidos</b>	<b>China</b>	<b>Alemania</b>
2017	61,4	52,5	58,4
2018	59,8	53,1	58
2019	61,7	54,8	58,2
2020	60,6	53,3	56,5
2021	61,3	54,8	57,3

**Fuente:** Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2022)



**Figura 14.** Índice de innovación

**Fuente:** Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2022)

En la tabla, se muestran los índices de innovación en Estados Unidos en 2017 fue de 61,40, para el 2018 disminuyó a 59,8 al año siguiente se recuperó a 61,7 que es el valor más alto de los últimos 5 años registrado. al 2020 por diversos factores la puntuación es de 60,56 y 2021 de 61,3.

Sin embargo, podemos ver que en 2017 China comenzó con 52,50, el año siguiente aumento al 53,1 para el año 2019 aumentó a 54,80, 2020 incrementa al 53,3 y para el último año 2021 elevó el número de índice de innovación a 54,8.

Alemania en el año 2017 tuvo un puntaje de 58.4, en el 2018 disminuyó a 58,00, luego en el 2019 incrementa 0,2 dando un valor de 58,2, en el año 2020 disminuyó a 56,5 y finalizando para el año 2021 aumentó, alcanzando un valor de 57,3. Cabe señalar que, al obtener la información, Estados Unidos tuvo un valor más alto en el índice de innovación, ocupando el primer lugar, seguido de Alemania y China.

### 3.10. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (MATRIZ POAM)

El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia. un grupo estratégico puede determinar si un factor y el entorno constituye una amenaza o una oportunidad para la firma. (Serna, 2020)

**Tabla 27.** Indicadores POAM

ESCALA DE MEDICIÓN		
OPORTUNIDADES	Alta	3
	Media	2

---

	Baja	1
	Baja	1
AMENAZAS	Media	2
	Alta	3

---

**Tabla 28.** Matriz POAM

FACTORES EXTERNOS	Estados Unidos				CHINA				ALEMANIA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS</b>					Medio	2			Bajo	1		
PIB	Alto	3										
PIB Per cápita	Alto	3			Bajo	1			Medio	2		
Tasa de Inflación			Medio	2			Medio	2			Bajo	1
Tipo de cambio	Alto	3			Bajo	1			Bajo	1		
Tasa de desempleo			Medio	2			Medio	2			Medio	2
Balanza Comercial	Bajo	1			Alto	3			Medio	2		
Riesgo país	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Facilidad en los negocios	Alto	3			Bajo	1			Medio	2		
Índice de competitividad global	Alto	3			Bajo	1			Medio	2		
<b>Suma</b>		<b>18</b>		<b>4</b>		<b>10</b>		<b>4</b>		<b>12</b>		<b>3</b>
<b>Promedio</b>		<b>2,57</b>		<b>2,00</b>		<b>1,67</b>		<b>2,00</b>		<b>1,83</b>		<b>1,50</b>
<b>FACTORES DEMOGRÁFICOS</b>												
Población	Alto	3			Alto	3			Medio	2		
Distribución por edad	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Crecimiento de la población	Medio	2			Alto	3			Bajo	1		
<b>Suma</b>		<b>7</b>				<b>9</b>				<b>5</b>		
<b>Promedio</b>		<b>2,33</b>				<b>3</b>				<b>1,67</b>		
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>												
Política Comercial	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Barreras Arancelarias	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Barreras no arancelarias			Medio	2			Medio	2			Medio	2
<b>Suma</b>		<b>6</b>		<b>2</b>		<b>6</b>		<b>2</b>		<b>6</b>		<b>2</b>



<b>Promedio</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>2</b>
<b>FACTORES LEGALES</b>												
Normativa Aduanera	Alto	3		Alto	3		Alto	3				
<b>Suma</b>		<b>3</b>			<b>3</b>			<b>3</b>				
<b>Promedio</b>		<b>3</b>			<b>3</b>			<b>3</b>				
<b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b>												
Índice de desempeño logístico	Medio	2		Medio	2		Alto	3				
Índice de innovación	Alto	3		bajo	1		Medio	2				
<b>Suma</b>		<b>5</b>			<b>3</b>			<b>5</b>				
<b>Promedio</b>		<b>2,5</b>			<b>1,5</b>			<b>2,5</b>				

**Tabla 29.** Resumen de la Matriz POAM

<b>RESULTADOS DE LA MATRIZ POAM</b>						
<b>FACTORES DEL ENTORNO</b>	<b>Estados Unidos</b>		<b>China</b>		<b>Alemania</b>	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2,57	2,00	1,67	2,00	1,83	1,50
Factores Demográficos	2,33	0	3	0	1,67	0
Factores Políticos	3	2	3	2	3	2
Factores Legales	3	0	3	0	3	0
Factores Tecnológicos	2,5	0	1,5	0	2,5	0
<b>TOTAL</b>	<b>13,40</b>	<b>4,00</b>	<b>12,17</b>	<b>4</b>	<b>12,00</b>	<b>3,5</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>2,68</b>	<b>0,80</b>	<b>2,43</b>	<b>0,8</b>	<b>2,40</b>	<b>0,70</b>
<b>O-A</b>	<b>1,88</b>		<b>1,63</b>		<b>1,70</b>	

### 3.10.1 Análisis resultados Matriz POAM

Con la información obtenida sobre los indicadores analizados de los países en estudio, se llega a concluir, que Estados Unidos es la alternativa más oportuna para realizar la comercialización la pulpa de maracuyá. La elección del mercado estadounidense se debe a factores que le favorecen los cuales permiten medir su riqueza, asegurando que su economía es una de las más ricas, con un mercado de trabajo estable que permite tener un alto poder adquisitivo que favorece directamente al consumidor al comprar más por menos precio, de igual forma por la cláusula de la Nación Más Favorecida (NMF) que beneficia la comercialización de varios productos ecuatorianos que ingresan al mercado estadounidense pagando arancel bajo de hasta 0%. En el caso de la pulpa de maracuyá, paga arancel 6,56%. Cuando hablamos de barreras arancelarias y no arancelarias EEUU es un mercado muy exigente, por ende, hay que ser sumamente cuidadoso en todos los aspectos para realizar una exportación exitosa.

## 3.11. ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO

### 3.11.1. Perfil del país – Estados Unidos

Estados Unidos es una de las economías más grandes y desarrolladas del mundo. Su estabilidad económica y el alto nivel de ingresos de sus habitantes pueden crear un entorno propicio para la comercialización de productos, especialmente aquellos considerados como especiales o exóticos, como la pulpa de maracuyá la misma que es conocida por sus propiedades nutritivas y beneficios para la salud, puede atraer a consumidores conscientes de su bienestar.

**Tabla 30.** Perfil de Estados Unidos

Estados Unidos	
Área geográfica	9.831.510 Km <sup>2</sup>
Población total	332.314.000
PEA aproximamiento	67% de la población en edad laboral
Capital	Washington D. C.
Lengua oficial	Inglés
Idioma de negocios	Inglés
Religión	Mayormente cristianismo
Moneda	Dólar estadounidense (USD)
PIB	24.162.663 (año 2022)
PIB per cápita	70,248.63 USD



Tasa de inflación	3,2%
Tasa de Empleo	60,2%
Tasa de Desempleo	5,4%
Comercio exterior	Es el mayor importador y exportador de bienes y servicios comerciales, Sin embargo, el país tiene una economía diversificada y competitiva que le permite mantener una posición de liderazgo en el mercado internacional

**Fuente:** Pro-Ecuador, Banco mundial, Santander (2022)

### 3.11.2. Perfil del consumidor – Estados Unidos

Estados Unidos de América es un lugar idóneo para las organizaciones que buscan consolidar o expandir su negocio, diversificar sus activos y acceder a uno de los más importantes mercados de consumo del mundo. Adicionalmente, los empresarios o inversionistas tendrán la oportunidad de acceder a la robusta red de acuerdos y tratados comerciales que tiene este país con las economías más destacadas del planeta.

Estados Unidos es un importante exportador e importador de productos agrícolas, como se refleja en la industria de productos frescos, que exporta e importa una amplia gama de frutas y verduras. Entre 1992 y 1997 la superficie certificada como orgánica ha aumentado más del 44 por ciento, y las tierras de cultivo un 111 por ciento. Los informes publicados después de 1997 indican que la superficie orgánica ha ido creciendo a un ritmo constante. Las "California Certified Organic Farms" (CCOF, Granjas Orgánicas Certificadas de California) estiman que la superficie ha aumentado un 38 por ciento entre 1997 y 1999, mientras que en el informe de Idaho y Farm Verified Organic (FVO, Granjas Orgánicas Verificadas) se habla de un aumento de hasta 55 por ciento en ese período. El Departamento de Agricultura de Washington informa que entre 1997 y 1999 ha habido un crecimiento de 150 por ciento.

En diciembre de 2000, el Gobierno de los Estados Unidos ultimó las Normas Orgánicas Nacionales que entrarán en vigor en octubre de 2002. Entre tanto, la industria se está preparando para responder al creciente interés que hay por los productos orgánicos. Los supermercados minoristas convencionales ya han empezado a vender productos frescos orgánicos, y ahora representan más del 42 por ciento de las ventas de dichos productos. Las principales empresas alimentarias de los Estados Unidos se están expandiendo hacia el segmento del mercado orgánico, y la fusión que se va produciendo dentro de las empresas de alimentos naturales y orgánicos redundará en una mayor publicidad y promoción de los productos orgánicos en general. Lo

cual, a su vez, aumentará el interés de los consumidores de los Estados Unidos por los productos orgánicos, incluidos los productos frescos. El mercado de los Estados Unidos tiene más de 12 000 almacenes minoristas que se especializan en alimentos orgánicos y naturales. Además, los almacenes minoristas convencionales (más de 120 000) venden también productos orgánicos frescos. (FAO, 2022)

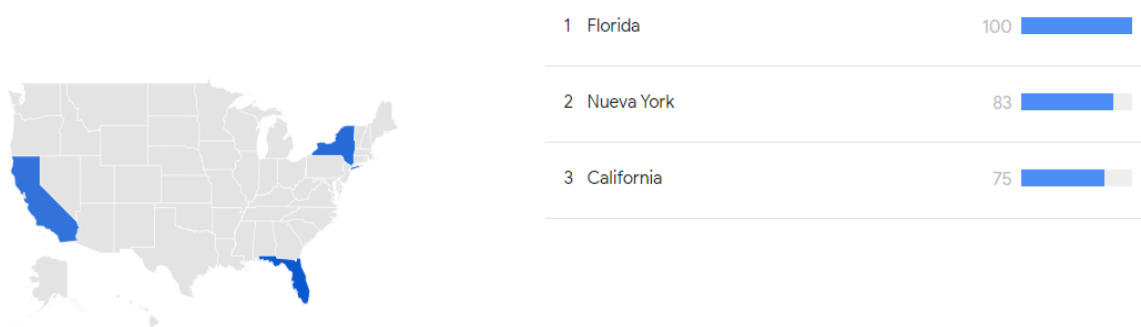
Con la promulgación de las normas orgánicas nacionales de los Estados Unidos, los importadores de productos frescos orgánicos podrán etiquetar su producto como USDA ORGANIC al comercializarlo en el mercado de los Estados Unidos.

Aunque no se conoce el valor de las importaciones de productos orgánicos frescos, los Estados Unidos importan más de 6 mil millones de dólares EE.UU. de diversas frutas y verduras. Si las importaciones del segmento orgánico alcanzan el nivel actual de las ventas minoristas de los Estados Unidos (2 por ciento), su potencial a corto plazo superaría los 125 millones de dólares EE.UU.

### 3.12. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Los principales mercados de la pulpa de maracuyá provenientes de Ecuador son Estados Unidos, China y Alemania. Estos países importan grandes cantidades de pulpa de maracuyá para satisfacer la demanda de consumo interno, así como para su uso en la industria alimentaria.

Una vez seleccionado a Estados Unidos como país destino, es indispensable realizar la segmentación de mercado, de tal modo se pueda conocer que ciudad consuman este producto. Para ello se utilizó la herramienta digital Google Trends, donde se pudo visualizar la ciudad con gran potencial de ventas que aseguraría el éxito en el fomento del producto.



**Figura 15.** Segmentación de mercado

**Fuente:** Google Trends (2023).

Con la utilización de esta herramienta de búsqueda, se establece que el estado de Florida es la ubicación geográfica en la que se lleva a cabo principalmente la comercialización de la pulpa de maracuyá. En este sentido, se analizó las condiciones socioeconómicas de este estado para fortalecer el análisis para la comercialización en el mercado objetivo.

**Tabla 31.** Segmentación de mercado - Florida

<b>FLORIDA</b>	
Estado	Florida
Densidad de población	33,4 hab/Km <sup>2</sup>
Superficie	9.831.510 Km <sup>2</sup>
Población	21.781.128 Hab
Tasa de desempleo	6,2%
PIB	1.151.608 millones de dólares
PIB per cápita	USD 53,440
Idioma Oficial	Inglés, pero el 22,5% de la población habla español.
Moneda	Dólar (USD)
Religión	Catolicismo



**Fuente:** ICEX España Exportaciones e Inversiones (2022)

### 3.12.1. Economía de la Florida

La economía de Florida es una de las más grandes y activas del país. Es conocida por su diversidad y crecimiento constante. Se basa en negocios relacionados con el turismo, la agricultura, los servicios financieros, la manufactura y el comercio internacional, y es conocida como la "Puerta de las Américas" debido a la entrada y salida de productos a través del mar Atlántico. Esta zona representa aproximadamente el 71% de las ventas internacionales a América Latina y el Caribe. Florida se ha convertido en un importante centro de actividad comercial en los Estados Unidos debido a su ubicación estratégica y su enfoque en el comercio.

## 3.13. ANÁLISIS MERCADO META

### 3.13.1. Importaciones del país destino

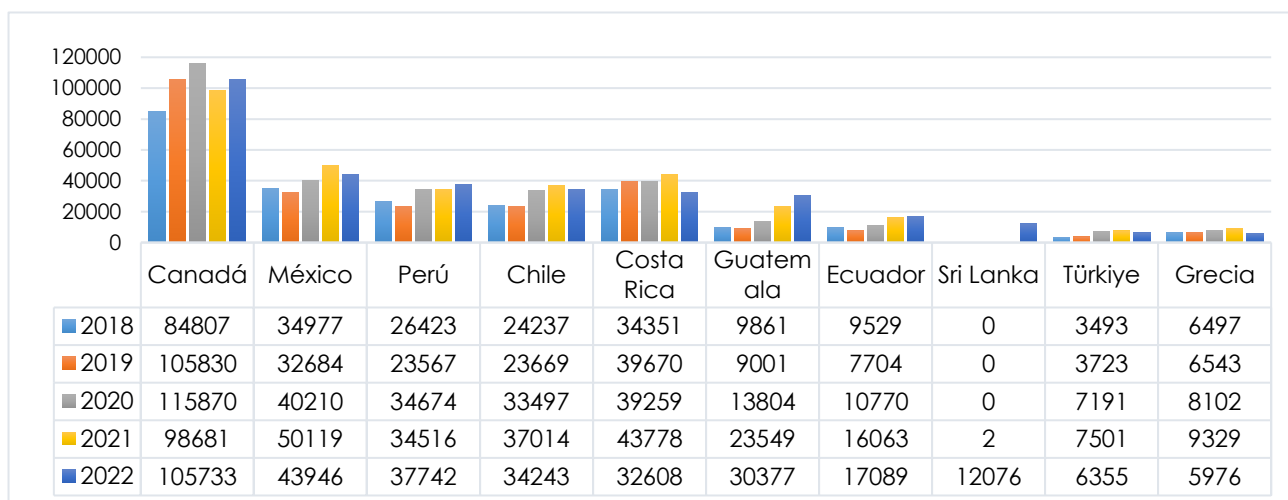
A continuación, se analizan las importaciones de la partida arancelaria 0811.90 que realiza Estados Unidos de forma global, con el propósito de determinar la demanda

que tiene este país, es importante destacar que los datos están indicados en toneladas.

**Tabla 32.** Países Importadores de Estados Unidos

Países	2018	2019	2020	2021	2022	Incremento %
Canadá	84807	105830	115870	98681	105733	35,56%
México	34977	32684	40210	50119	43946	14,06%
Perú	26423	23567	34674	34516	37742	10,92%
Chile	24237	23669	33497	37014	34243	10,63%
Costa Rica	34351	39670	39259	43778	32608	13,20%
Guatemala	9861	9001	13804	23549	30377	6,03%
Ecuador	9529	7704	10770	16063	17089	4,26%
Sri Lanka	0	0	0	2	12076	0,84%
Türkiye	3493	3723	7191	7501	6355	1,97%
Grecia	6497	6543	8102	9329	5976	2,54%

**Fuente:** Trade Map (2022).



**Figura 16.** Importaciones de Estados Unidos de la partida 0811.90

**Fuente:** Trade Map (2022).

Los principales países que se resaltan en la comercialización a Estados Unidos de la partida 081190 son: Canadá, México, Perú, Chile y Costa Rica, los cuales son los más solicitados en dicho mercado. Es importante destacar que Ecuador se encuentra en la séptima posición en la comercialización de este producto.

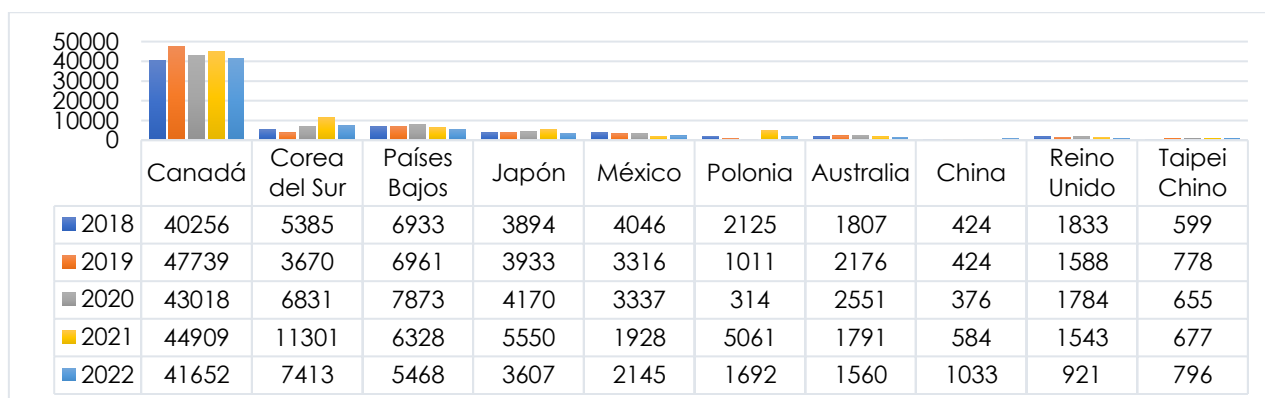
### 3.13.2. Exportaciones del país destino

A continuación, las exportaciones de la partida 0811.90 que realiza Estados Unidos con el resto del mundo, los valores están representados en toneladas.

**Tabla 33.** Países Exportaciones de Estados Unidos

Países	2018	2019	2020	2021	2022	Incremento %
Canadá	40256	47739	43018	44909	41652	61,2%
Corea del Sur	5385	3670	6831	11301	7413	9,7%
Países Bajos	6933	6961	7873	6328	5468	9,4%
Japón	3894	3933	4170	5550	3607	5,9%
México	4046	3316	3337	1928	2145	4,2%
Polonia	2125	1011	314	5061	1692	2,9%
Australia	1807	2176	2551	1791	1560	2,8%
China	424	424	376	584	1033	0,8%
Reino Unido	1833	1588	1784	1543	921	2,2%
Taipéi chino	599	778	655	677	796	1,0%

**Fuente:** Trade Map (2022).



**Figura 17.** Exportaciones país destino

**Fuente:** Trade Map (2022).

Las exportaciones de la pulpa de maracuyá son destinadas principalmente a Canadá, Corea del Sur, Países Bajos, Japón y México debido a que su tendencia de consumo de este producto es alta.

### 3.13.3. Análisis Situacional de Ecuador

A continuación, se detalla una ficha técnica que contiene información relevante de Ecuador en factores geográficos, económicos, culturales y políticos.

**Tabla 34.** Análisis situación Ecuador

<b>Ficha técnica de Ecuador</b>	
<b>Factores geográficos</b>	
País	Ecuador
Capital	Quito
Área geográfica	256,370 km <sup>2</sup>
Población total	17.757.000
Crecimiento poblacional	1.1%
<b>Factor económico</b>	
PIB	115,05 mil millones de USD
PIB Per cápita	6391,3 miles de USD
Crecimiento del PIB	2.9%
Tasa de inflación	3.47%
Tasa de desempleo	4
Salario unificado nominal	425 USD
<b>Factor cultural</b>	
Moneda	Dólar estadounidense
Idioma	Español
Idioma de negocios	Inglés
Religión	Mayoritariamente cristianismo
<b>Factor político</b>	
Forma de gobierno	República democrática
Comercio Exterior	Los productos ecuatorianos en especial la materia prima, tienen una buena aceptación en los mercados extranjeros, donde la contribución de Ecuador a nivel internacional en compras es de 0,13% y en ventas al exterior 0,11%.



**Fuente:** Banco Mundial (2022), Banco Central del Ecuador (2022)

### 3.13.4. Proyecciones del Estudio

En este estudio, se utilizó el enfoque de pronóstico de Mínimos Cuadrados para predecir las ventas de periodos futuros basándose en las ventas de años previos. Considerando que la variable X representa los años y la variable Y representa los valores pronosticados

Ecuación de la recta:



$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \text{ donde}$$

**En donde cada variable se entiende como:**

a=desviación de la recta en origen

b=pendiente de la recta

y=Valores a pronosticar es decir importaciones, exportaciones, producción nacional.

x= representa los años / coeficientes

n= representa el número de períodos

A continuación, se procede a reemplazar los valores en las fórmulas descritas para comenzar a pronosticar los siguientes cinco años, se utiliza este método para determinar el consumo nacional aparente, donde se toma en cuenta la producción, importaciones y exportaciones de la pulpa de maracuyá en Estados Unidos, con el fin de determinar la demanda efectiva que existe para el producto.

#### 3.13.4.1. Proyecciones de las importaciones de Estados Unidos

**Tabla 35.** Datos históricos de importaciones

AÑO	X	Importaciones TN (Y)	XY	X2	Y2
2018	1	234175	234175	1	54837930625
2019	2	252391	504782	4	63701216881
2020	3	303377	910131	9	92037604129
2021	4	320552	1282208	16	102753584704
2022	5	326145	1630725	25	106370561025
Σ	15	1436640	4562021	55	419700897364

**Fuente:** Trade Map (2022)

Se puede evidenciar en la siguiente tabla, que las importaciones de Estados Unidos han venido incrementando a lo largo de los años, desde el año 2018 al 2022, sin embargo.

## Coefficiente de regresión

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5 * 4562021 - 15 * 1436640}{5 * 55 - (15)^2} =$$

$$b = \frac{1260505}{50}$$

$$b = 25210,1$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{1436640 - 25210,1(15)}{5}$$

$$a = \frac{1058488,5}{5}$$

$$a = 211697,7$$

Recta de tendencia de mínimos cuadrados

$$Y = a + bx$$

$$Y = 211697,7 + 25210,1x$$

**Tabla 36.** Datos pronosticados de las importaciones de pulpa de maracuyá

Año	Importaciones (Tn)
2023	362958,30
2024	388168
2025	413378,50
2026	438589
2027	463798,70

**Fuente:** Trade Map (2022)

La proyección de las importaciones desde el año 2023 hasta el 2027 es calculado mediante la recta de mínimos cuadrados  $y = 211697,7 + 25210,1x$ , donde la X se reemplaza por los años de manera que se evidencia un aumento o disminución en las exportaciones para años futuros.

### 3.13.4.2. Proyecciones de las exportaciones de Estados Unidos

**Tabla 37.** Datos históricos exportaciones

AÑO	X	Exportaciones TN (Y)	XY	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
2018	1	67302	67302	1	4529559204
2019	2	71596	143192	4	5125987216
2020	3	70909	212727	9	5028086281
2021	4	79672	318688	16	6347627584
2022	5	66287	331435	25	4393966369
Σ	15	355766	1073344	55	25425226654

**Fuente:** Trade Map (2022)

Se puede evidenciar en la siguiente tabla, que las exportaciones de Estados Unidos han venido creciendo a lo largo de los años, desde el año 2018 al 2022, sin embargo, se logra identificar que las importaciones aún son mayores que las exportaciones, lo que permite satisfacer la gran demanda del mercado.

#### **Coefficiente de regresión**

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5 * -1073344 - 15 * 355766}{5 * 55 - (15)^2} =$$

$$b = \frac{30230}{50}$$

$$b = 604,6$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$a = \frac{355766 - (604,6)(15)}{5}$$

$$a = \frac{346697}{5}$$

$$a = 69339,4$$

Recta de tendencia de mínimos cuadrados

$$Y = a + bx$$

$$Y = 69339,4 + 604,6x$$

**Tabla 38.** Datos pronosticados de las exportaciones de la pulpa de maracuyá

Año	Exportaciones (Tn)
2023	72967,00
2024	73571,60
2025	74176,20
2026	74780,80
2027	75385,40

**Fuente:** Trade Map (2022)

La proyección de las exportaciones de desde el año 2021 hasta el 2025 es calculado mediante la recta de mínimos cuadrados  $y = 69339,4 + 504,6x$ , donde la X se reemplaza por los años de manera que se evidencia un aumento o disminución en las exportaciones para años futuros.

### 3.13.5. Consumo nacional aparente

Para determinar la demanda insatisfecha es necesario calcular el consumo nacional aparente para ello se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{CNA} = (P+M) - X$$

Donde:

**CNA:** Consumo Nacional Aparente

**P:** Producción

**M:** Importaciones

**X:** Exportaciones

**Tabla 39.** Consumo Nacional Aparente

Año	Producción nacional	Importaciones (M)	Exportaciones (X)	Consumo Nacional Aparente	
				Toneladas	Kilogramos
2018	0	234175	67302	166873	166873000
2019	0	252391	71596	180795	180795000
2020	0	303377	70909	232468	232468000
2021	0	320552	79672	240880	240880000
2022	0	326145	66287	259858	259858000
2023	0	362958,30	72967	289991,30	289991300
2024	0	388168	73571,60	314596,80	314596800

2025	0	413378,50	74176,20	339202,30	339202300
2026	0	438589	74780,80	363807,80	363807800
2027	0	463798,70	75385,40	388413,30	388413300

---

**Fuente:** Trade Map (2022)

En la siguiente tabla se puede observar que no se ha tomado en cuenta la producción del maracuyá en Estados Unidos debido a que no se promueve el cultivo de esta fruta y a sus condiciones geográficas los cuales no favorecen para el desarrollo del producto. Por otro lado, mediante el cálculo del consumo nacional aparente se pudo medir la cantidad de pulpa de maracuyá que dispone Estados Unidos para su consumo, donde se considera la producción nacional, importaciones y exportaciones, desde el año 2018 al 2027, donde para los años posteriores se realiza una proyección hasta el 2027.

#### 3.13.6. Demanda Insatisfecha

Se define como demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

**Tabla 40.** Demanda Insatisfecha

Año	PN (Kg)	M (Kg)	X (Kg)	CNA (Kg)	Población de EEUU	Consumo Per Cápita(kg)			Población Estratificada de Florida	Demanda Insatisfecha (Kg)	Oferta (Kg)	Oferta (Tn)	% Cob
						Real (kg)	Rec.	Déficit (kg)					
2018	0	234175000	67302000	166.873.000	327.023.000	0,51	2,5	1,9897	21.133.562	42.049.890,1	67170,33		
2019	0	252391000	71596000	180.795.000	328.547.000	0,55	2,5	1,9497	21.354.519	41.635.192,6	74468,22		
2020	0	303377000	70909000	232.468.000	331.234.000	0,70	2,5	1,7982	21.538.187	38.729.449,0	82559,00		
2021	0	320552000	79672000	240.880.000	332.183.000	0,73	2,5	1,7749	21.569.932	38.283.556,3	91528,82		
2022	0	326145000	66287000	259.858.000	333.511.732	0,78	2,5	1,7208	21.781.128	37.481.901,7	101473,20	101,47	0,27%
2023	0	362958300	72967000	289.991.300	334.845.779	0,87	2,5	1,6340	21.868.253	35.731.754,4	112498,00	112,50	0,31%
2024	0	388168400	73571600	314.596.800	336.185.162	0,94	2,5	1,5642	21.955.726	34.343.490,3	123522,80	123,52	0,36%
2025	0	413378500	74176200	339.202.300	337.529.903	1,00	2,5	1,4950	22.043.548	32.956.101,0	135628,04	135,63	0,41%
2026	0	438588600	74780800	363.807.800	338.880.022	1,07	2,5	1,4264	22.131.723	31.569.589,9	148919,59	148,92	0,47%
2027	0	463798700	75385400	388.413.300	340.235.542	1,14	2,5	1,3584	22.220.250	30.183.960,5	163513,71	163,51	0,54%

En la tabla anterior se puede observar que existe una demanda insatisfecha de la pulpa de maracuyá para el año 2022 de 101.473.20 kilos, y para el último año proyectado existe un mercado insatisfecho de 163.513.71 kg de pulpas de maracuyá.

Con base en el cálculo realizado determinamos que la oferta a exportar es de 112.500 kilogramos, es decir el 60% de la producción total, lo que equivale al 27% de la demanda insatisfecha anual en Florida, Estados Unidos, la cual está siendo cubierta por la producción de la pulpa de maracuyá.

### 3.13.7. Capacidad de producción

**Tabla 41.** Capacidad de producción de la asociación

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Precio unitario</b>	2,72	2,75	2,78	2,81	2,84	2,87	2,90	2,93	2,97	3,00
<b>Cantidad</b>	67.170	74.468	82.559	915.28	1014.7	112.49	123.52	135.62	148.91	163.51
					3	8	2	8	9	3
<b>Total, USD</b>	18240	20447	22921	25694	288025	322869	358410	397863	441659	490276

**Fuente:** ASOPAOMAPA (2022)

Con base en la entrevista al presidente de la asociación de productores orgánicos se recolecta información de los años 2018 al 2022, de tal modo que para el año 2023 al 2027 se realiza una proyección lineal para conocer el precio unitario y la cantidad. El precio de venta unitario para los años futuros va creciendo, siendo resultado de la inflación por cada año, la cantidad crece dependiendo a la capacidad de producción de la asociación.

### 3.14. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.14.1. Localización

Para la determinación de la localización del proyecto, se ejecutó un análisis macro y micro de la asociación.

##### 3.14.1.1. Macro Localización

La Macro localización es el lugar en donde debe adaptarse a la situación que requiere la empresa, en cuanto a los recursos de los insumos necesarios para la producción y comercialización del producto.

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** San Vicente - Canoa



**Figura 18.** Macro localización de la empresa

**Fuente:** Gobierno provincial de Manabí (2020)

### 3.14.1.2. Micro Localización

La micro localización es un paso más detallado en la planificación de un proyecto, ya que implica determinar el lugar exacto donde se establecerá la operación.

**Cantón:** San Vicente

**Parroquia:** Canoa



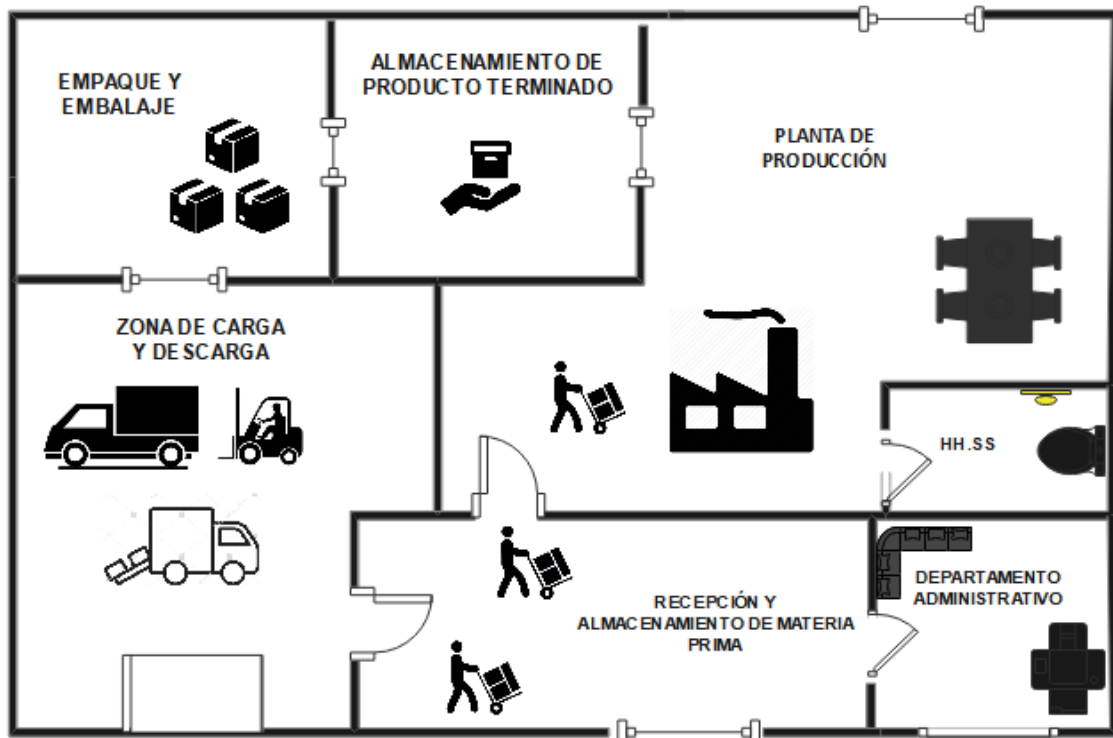
**Figura 19.** Micro localización de la Asociación

**Fuente:** Plan de Desarrollo de la Parroquia Canoa (2021)

### 3.14.2. Distribución de Planta

Es la etapa que permite planificar y definir el espacio físico para la implementación y funcionamiento de la “Asociación de productores orgánicos Maracuyá y Papaya.”





**Figura 20.** Diseño de planta

### 3.14.3. Organización Empresarial

#### 3.14.3.1. Información de la organización empresarial

El nombre de la asociación es "Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya (ASOPAOMAPA)", dentro de la asociación mantiene un número de 46 socios, el representante legal y presidente de la organización es el señor Noe Intriago.

#### 3.14.3.2. Imagen corporativa

##### **Misión**

"ASOPAOMAPA es una empresa enfocada en producir maracuyá de alta calidad y orientada a satisfacer las necesidades del consumidor nacional e internacional".

##### **Visión**

"Generar empleo a través de las posibles exportaciones, así como materia prima y como un producto terminado y a la vez ser reconocidos a nivel nacional e internacional."

##### **Valores**

- Valores éticos y morales
- Fidelidad por parte de la asociación hacia sus clientes.
- Fortalecimiento organizacional y legal
- Responsabilidad en la toma de decisiones

## Objetivos

A continuación, se detallan los objetivos elaborados en base a los intereses de ASOPAOMAPA para lograr su cumplimiento a largo plazo.

- Aumentar las ventas de la pulpa de maracuyá en su presentación de 500 gr.
- Ser reconocida en mercados internacionales por la calidad y al ser un producto 100% orgánico.
- Captar nuevos clientes y fidelizarlos a largo plazo.

### 3.14.3.3. Matriz FODA

Es una herramienta necesaria en vista de que está diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) externo (Oportunidades y Amenazas) en la organización, además de que es una estrategia de negocio.

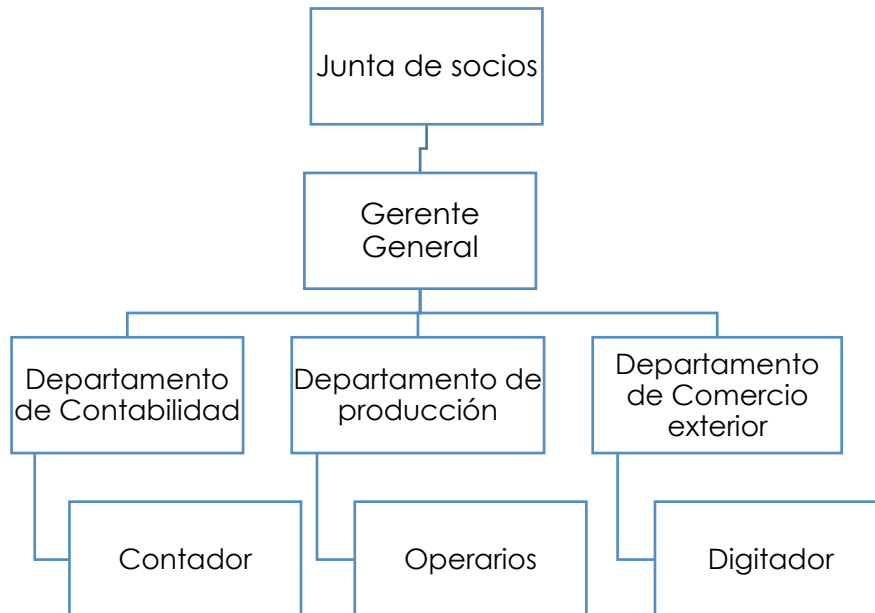
**Tabla 42.** Matriz FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Producción de maracuyá 100% orgánica.</li><li>• Conocimiento de los agricultores en el cultivo del producto.</li><li>• Capacidad de comercializar el producto con los proveedores.</li><li>• Terrenos propios para el cultivo y proceso de la pulpa de maracuyá.</li><li>• Asociación con proveedores directos de materia prima</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento en el proceso logístico.</li><li>• Falta de conocimiento sobre negociación de los productores.</li><li>• Precios bajos en los mercados.</li><li>• Aumento de intermediarios</li><li>• Producto sin certificación orgánica.</li><li>• No cuenta con etiquetado y empaque</li></ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento de la demanda internacional.</li><li>• Clima adecuado para la producción del maracuyá.</li><li>• Participación en ferias nacionales e internacionales</li><li>• Alto índice de vida de la pulpa por el método de conservación de congelación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Variación de los precios en el mercado internacional.</li><li>• Costos de insumos agrícolas.</li><li>• Restricciones del mercado internacional al momento de ingresar el producto.</li><li>• Competencia internacional posicionada.</li><li>• Exigencia en mercados internacionales en cuanto a certificaciones</li></ul>

### 3.14.4. Organigrama estructural

ASOPAOMAPA, es una asociación dedicada a la producción del maracuyá, fundada en el año 2010 para brindar al mercado productos de origen natural y de

calidad. A continuación, se muestra el organigrama estructural donde mantiene una jerarquía del personal, coordinación, funciones y la relación que mantienen los diferentes departamentos.



**Figura 21.** Organigrama estructural

**Tabla 43.** Matriz de talento humano

Puesto/Cargo	Cantidad
Junta de socios	46
Gerente General	1
Contador	1
Operarios	2
Tramitador de comercio exterior	1
<b>Total</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

#### 3.14.4.1. Manual de Funciones

Es aquel que establece los cargos y responsabilidades que debe cumplir cada individuo que trabaja en una compañía basado en sus capacidades, habilidades y aptitudes, las cuales son indispensables para el correcto desarrollo de la organización, con el objetivo de tener un mayor dominio sobre las labores que se les encomiendan.

##### 3.14.4.1.1. Manual de funciones del Gerente General

**Tabla 44.** Manual de funciones Gerente General

<b>Denominación de cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Gerente general
<b>Dependencia:</b>	Junta de socios
<b>Perfil del cargo:</b>	Título de tercer nivel en administración de empresas o afines. Manejar adecuadamente los conocimientos que hacen desempeñar su
<b>Objetivo principal:</b>	cargo de manera responsable y aplicar buenas decisiones en beneficio de la organización.
<b>Funciones o responsabilidades:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer cumplir los estatutos y reglamentos de la empresa</li> <li>• Representar a la empresa en todas las relaciones externas</li> <li>• Monitorear las actividades de la empresa</li> <li>• Recibir u aprobar informes de la mercancía</li> <li>• Negociar con clientes internacionales y encontrar nuevas carteras de clientes para su comercialización.</li> <li>• Aprobación de inversiones y presupuesto.</li> <li>• Aceptación de pagos</li> <li>• Controlar al personal de la empresa</li> <li>• Verificar hojas de vida de los postulantes</li> <li>• Envió a la secretaria resultados obtenidos de la contratación.</li> <li>• Firmar contratos para la organización</li> <li>• Supervisar y coordinar a los empleados internos de la empresa.</li> <li>• Control adecuado de las asistencias del personal</li> <li>• Control de faltas, permisos y asistencias personal</li> <li>• Las demás funciones que determine el jefe inmediato superior</li> </ul>

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

#### 3.14.4.1.2. Manual de funciones del Contador/a

**Tabla 45.** Manual de funciones del Contador

<b>Denominación de cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Contador / contadora
<b>Dependencia:</b>	Jefe administrativo
<b>Perfil del Cargo:</b>	Contador Público Autorizado (CPA)
<b>Objetivo principal:</b>	Llevar un proceso adecuado de contabilidad de la empresa.
<b>Funciones o responsabilidades:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad de la empresa al día (costos, gastos, inversiones, liquidez)</li> <li>• Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la organización.</li> <li>• Llevar en orden los libros mayores.</li> <li>• Asesorar al gerente y a la junta directiva.</li> </ul>

- Realizar el pago de las obligaciones legales de la empresa.
- Facturación
- Mantener actualizados los libros contables
- Administrar adecuadamente los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento.
- Las demás funciones que determine el jefe inmediato superior.

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

#### 3.14.4.1.3. Manual de funciones de Operarios

**Tabla 46.** Manual de funciones de operarios

<b>Denominación de cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Operarios
<b>Dependencia:</b>	Jefe de producción
<b>Perfil del cargo:</b>	Poseer título de bachiller en cualquier área
<b>Objetivo principal:</b>	Obtener una producción de calidad y Mantener la maquinaria en buen funcionamiento para una adecuada producción de la pulpa de frutas.
<b>Funciones o responsabilidades:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisa el estado de la materia prima previa a la producción</li> <li>• Analizar la calidad de producción</li> <li>• Dar seguimiento y control al proceso productivo.</li> <li>• Verificación y manejo adecuado de la maquinaria</li> <li>• Las demás funciones para atender a los requerimientos y peticiones por el jefe inmediato superior</li> </ul>

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

#### 3.14.4.1.4. Manual de funciones del tramitador de Comercio Exterior

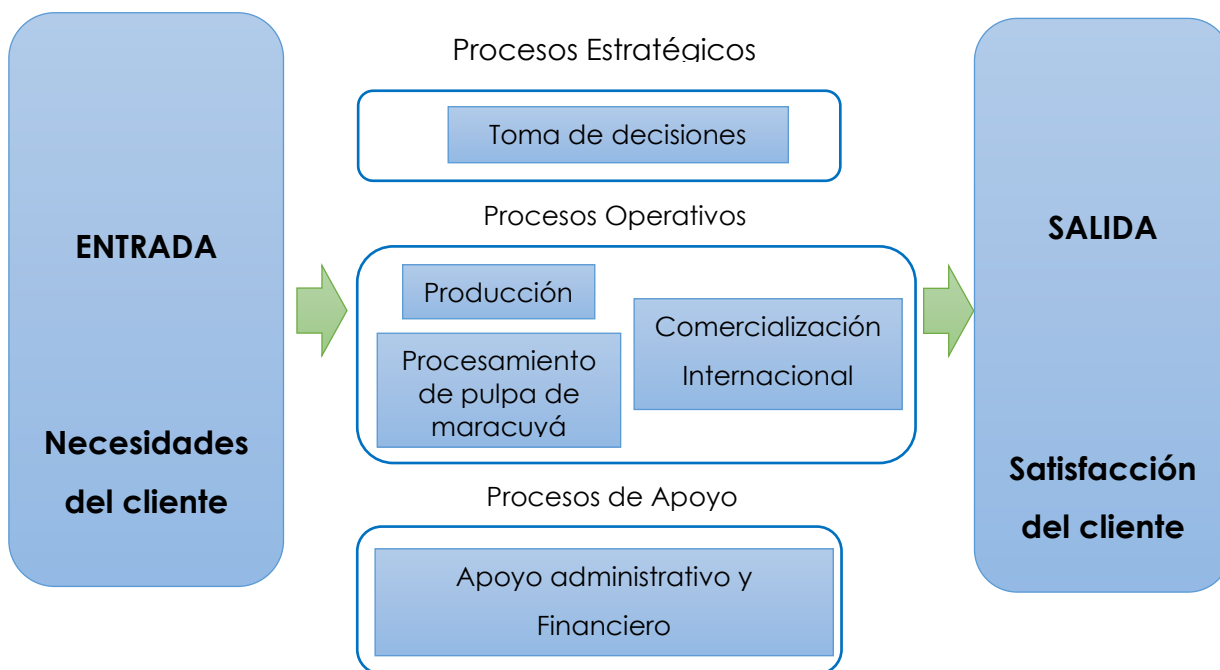
**Tabla 47.** Manual de funciones tramitador de Comercio Exterior

<b>Denominación de cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Tramitador de comercio exterior
<b>Dependencia:</b>	Departamento de Comercio Exterior
<b>Perfil del cargo:</b>	Ingeniería comercial, Comercio Exterior y negociaciones internacionales o carreras afines.
<b>Objetivo principal:</b>	Asistir a los procesos de digitalización, documentación, transportes, seguros y acuerdos comerciales que permitan garantizar la comercialización del producto
<b>Funciones o responsabilidades:</b>	

- Capacidad de analizar problemas y formular soluciones sobre temas aduaneros.
- Planificador de actividades
- Manejo de documentación de exportación
- Reportar semanalmente la situación aduanera de los trámites

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

### 3.14.5. Mapa de procesos de la asociación



**Tabla 48.** Mapa de procesos

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

Un mapa de procesos es aquel que permite registrar e identificar las interdependencias de todos los procesos implementados ya se estratégicos, operativos y de apoyo. Los procesos estratégicos en la Asociación están definidos por la alta dirección, sin embargo, los mismos se centran en cómo opera el negocio y cómo seguir agregando valor a las frutas que producen. (Molina, 2016).

Estos procesos estratégicos son fundamentales para la toma de decisiones y, por ende, tienen un impacto directo en la satisfacción del cliente a fin de fortalecer el área operativa de la asociación y al mismo tiempo asistir a la mejora de la perspectiva del cliente.

### 3.14.6. Descripción de procesos estratégico

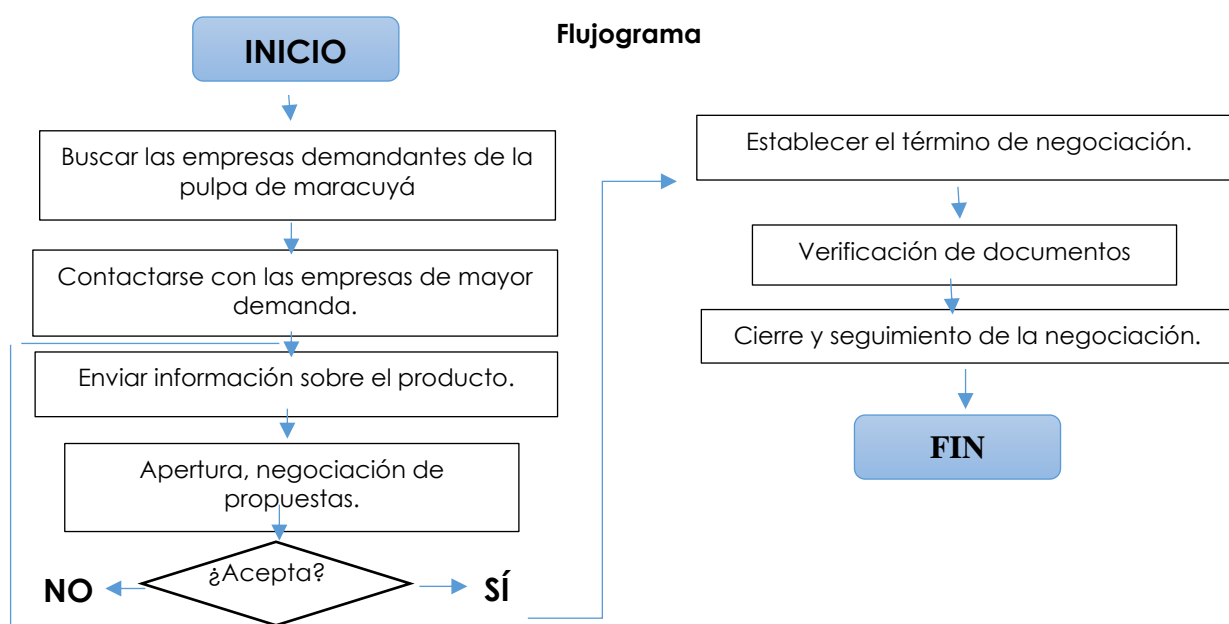
#### 3.14.6.1. Proceso Estratégico

**Tabla 49.** Proceso estratégico Gerente General

Procesos del Departamento Administrativo		Código N° 0001 Página: 1-1
<b>Responsable:</b>	Gerente General	
<b>Objetivo:</b>	Coordinar todas las actividades de la empresa relacionadas con la recepción, administración.	
<b>Alcance:</b>	Inicia desde la búsqueda de empresas, negociación, recepción, control, adecuación, comercialización y la entrega del producto.	

**DETALLE**

Pasos	Documentación
1. Buscar las empresas demandantes de la pulpa de maracuyá de Estados Unidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitios Web</li> <li>• Teléfonos</li> <li>• Correos electrónicos</li> <li>• Lista de cantidades</li> </ul>
2. Contactarse con las empresas de mayor demanda.	
3. Enviar información sobre el producto.	
4. Apertura, negociación de propuestas.	
5. Establecer el término de negociación.	
6. Verificación de documentos	
7. Cierre y seguimiento de la negociación.	



**Medición y seguimiento del proceso**

Indicador	Fórmulas de cálculo	Período de cálculo	Responsable
Unidades demandadas	Gramos de materia procesada \ gramos de materia prima existente x 100	Mensual	Gerente general

3.14.6.2. Proceso de operaciones

**Tabla 50.** Proceso de producción

Proceso de producción		Código N° 0002 Página: 1-1
<b>Responsable:</b>	Jefe de producción	
<b>Objetivo:</b>	Obtener un producto de calidad	

**Alcance** Inicia en la recepción de materia prima de calidad, hasta llegar al desarrollo del producto terminado

**DETALLE**

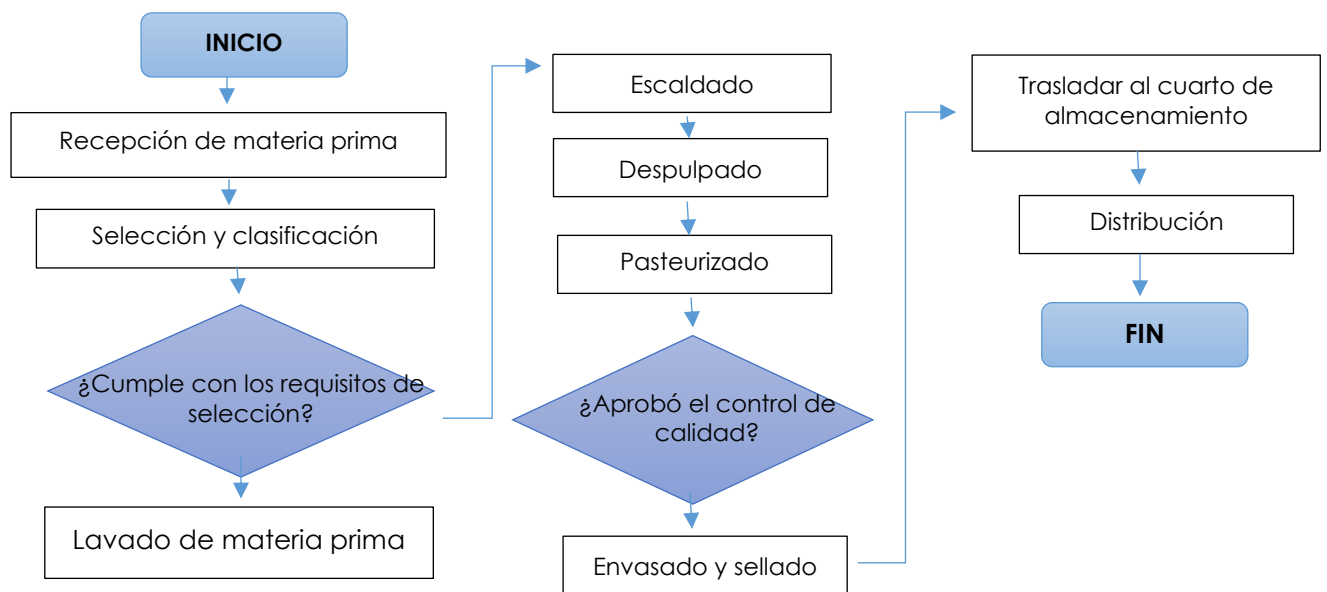
**Pasos**

1. Recepción de materia prima
2. Selección y clasificación
3. Lavado de materia prima
4. Escaldado
5. Despulpado
6. Pasteurización
7. Control de calidad
8. Envasado y sellado
9. Trasladar al cuarto de almacenamiento
10. Distribución del producto

**Documentación**

- Checklist del proceso inventario
- Informe de producción
- Control de calidad del producto

**Flujograma del proceso de producción**



**Medición y seguimiento del proceso**

Indicador	Fórmulas de cálculo	Período de cálculo	Responsable
Órdenes de producción	de Unidades producidas/ unidades planificada	Mensual	Operarios

3.14.6.3. Proceso de comercialización internacional

**Tabla 51.** Proceso de comercialización Internacional

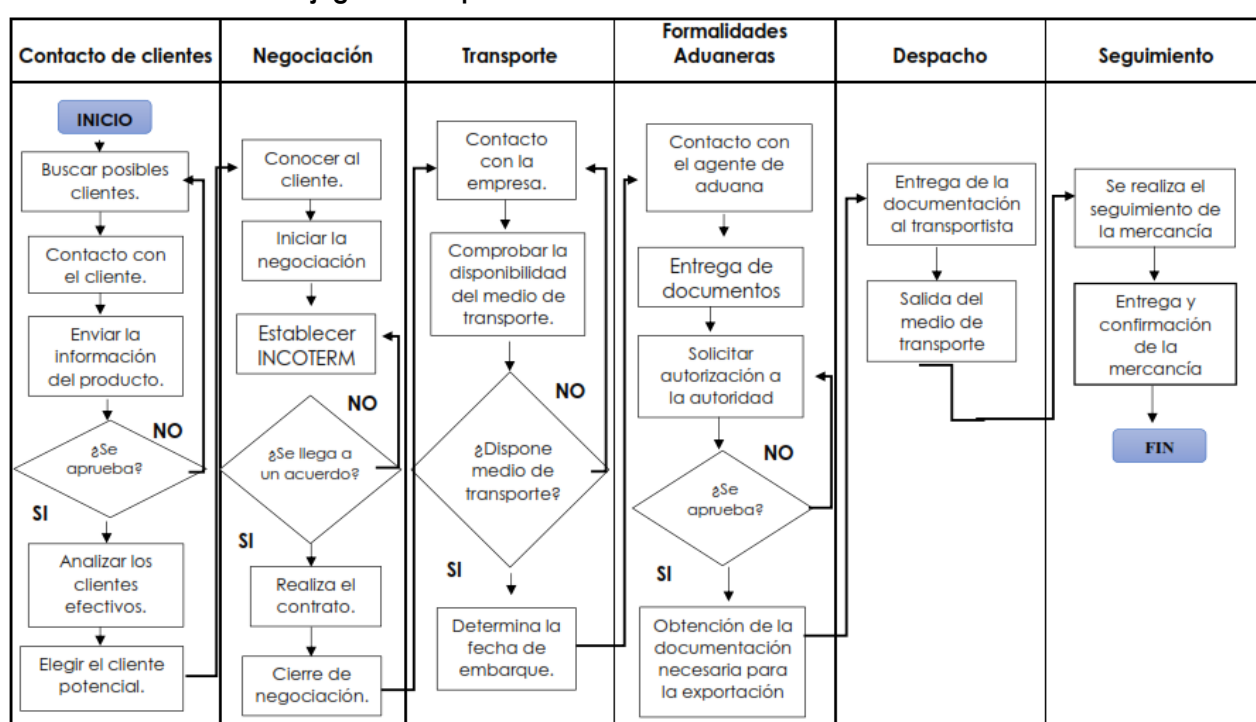
Proceso de comercialización internacional		CÓDIGO N° 0003 Página: 1-1
<b>Responsable:</b>	Tramitador de comercio exterior	
<b>Objetivo:</b>	Ejecutar los trámites y documentación para la exportación.	
<b>Alcance</b>	Comunicarse con el cliente extranjero y enviar el producto al lugar acordado en la negociación.	
<b>DETALLE</b>		
<b>Pasos</b>	<b>Documentación</b>	



1. Búsqueda de empresas para ofertar el producto
2. Contacto con el cliente.
3. Enviar por correo la información del producto.
4. Acercamiento con el cliente.
5. Abordar la negociación.
6. Acordar el término de negociación.
7. Realizar el contrato de compraventa.
8. Cierre de negociación
9. Contactar con la empresa de transporte
10. Establecer fecha de embarque
11. Cumplir con las formalidades aduaneras.
12. Despacho del pedido.
13. Salida del medio de transporte.
14. Se realiza seguimiento de envío.
15. Entrega y confirmación de la mercancía.

- Correo electrónico
- Documentos de soporte
- Documentos de acompañamiento

### Fujograma del proceso de comercialización internacional



### Medición y seguimiento del proceso

Indicador	Fórmulas de cálculo	Período de cálculo	Responsable
Pedidos realizados	Nº de pedidos totales/ Nº de pedidos entregados	Mensual	Tramitador de comercio exterior

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

### 3.14.7. Procesos Logísticos de Producción y Comercialización

#### 3.14.7.1. Análisis de la presentación del producto

**Tabla 52.** Ficha técnica de la pulpa de maracuyá

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	
<b>Nombre del Producto:</b>	Pulpa de maracuyá

---

<b>Descripción del producto:</b>	Es la parte alimenticia de la fruta entera, sin cáscara, piel, semillas, pepitas y partes similares, cortada en rodajas o machacadas, pero sin reducirla a un puré. <b>(Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2009)</b>
<b>Lugar de elaboración:</b>	Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya de la Provincia de Manabí
<b>Unidad de medida:</b>	Gramos
<b>Presentación comercial</b>	Funda flexible para empaque al vacío – capacidad de 500g
<b>Conservación para el producto</b>	En congelación - mantener en refrigeración antes y después de su uso
<b>Período de vida útil</b>	180 días
<b>Dimensiones</b>	22 cm x 3 cm x 13 cm

---

**Fuente:** Asociación de productores maracuyá y papaya (2022)

### 3.14.7.2. Etiquetado del producto en el mercado meta

#### 3.14.7.2.1. Requisitos Generales del Etiquetado de Alimentos en Florida

De acuerdo con la FDA, como agencia reguladora en los Estados Unidos, establece las normativas de etiquetado las cuales requieren que la información esté claramente escrita en inglés, lo que facilita la comprensión de los consumidores y evitar la confusión. Además, la ley prohíbe el etiquetado engañoso para garantizar que la información proporcionada en la etiqueta refleje con precisión la composición y los ingredientes del producto. Esto incluye la descripción exacta de los ingredientes y el uso de términos que puedan confundir a los consumidores sobre la naturaleza del producto, como "natural" o "orgánico", si el producto no cumple con los estándares correspondientes. (Administración de Alimentos y Medicamentos [FDA], 2019).

La FDA exige que la información nutricional en la etiqueta sea clara y precisa para permitir que los consumidores tomen decisiones informadas sobre su dieta y salud. Los elementos clave que deben incluirse en el panel nutricional de los productos alimenticios son: contenido neto, información nutricional, lista de ingredientes. Cumplir con estas regulaciones de etiquetado no solo garantiza el cumplimiento legal, sino que también promueve la confianza del consumidor en la marca al proporcionar información clara y precisa sobre la composición nutricional del producto.

Es fundamental que el etiquetado de los alimentos incluya información detallada sobre la identificación del fabricante, distribuidor o vendedor, lo que brinda a los consumidores la posibilidad de contactar directamente con la empresa en caso de

preguntas, preocupaciones o comentarios sobre el producto. La inclusión de la dirección y el número de teléfono también es importante para facilitar la comunicación en caso de que sea necesaria, el país de origen y las instrucciones de conservación. Al incluir toda esta información en el etiquetado, las empresas demuestran su compromiso con la transparencia, la seguridad del consumidor y el cumplimiento de las regulaciones establecidas por la FDA. Esto no solo protege a los consumidores, sino que también ayuda a construir la confianza del público en la marca y en la calidad de sus productos.



Figura 22. Diseño de la etiqueta (de lado) para ingresar al mercado de EE.UU.

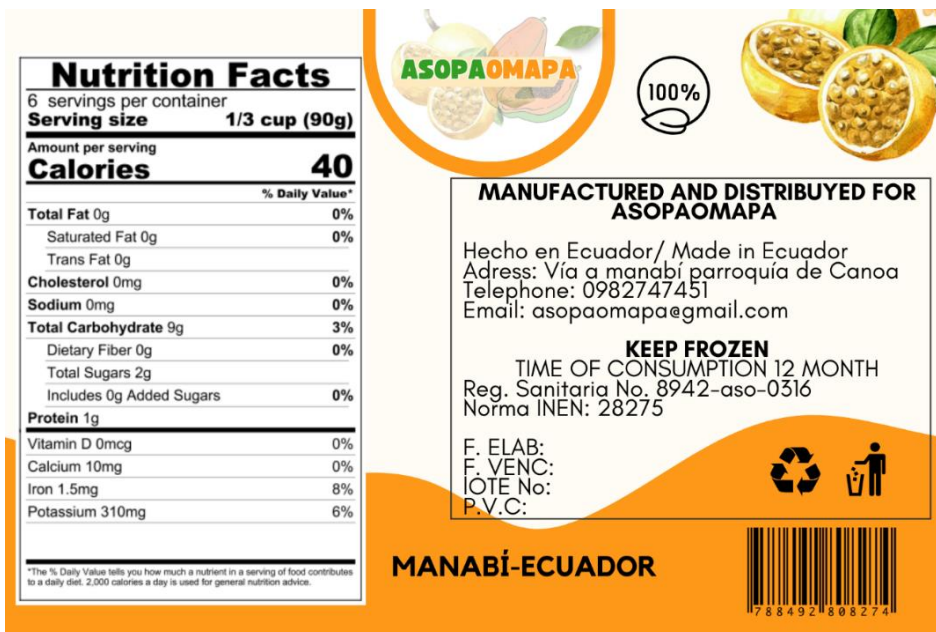


Figura 23. Diseño de la etiqueta (reverso) para ingresar al mercado de EE. UU.



**Figura 24.** Empaque y etiqueta

### 3.14.7.3. Certificaciones internacionales

**Tabla 53.** Certificación Internacional para la pulpa de maracuyá





Certificación	Nombre de la certificación	Descripción
USDA ORGANIC	Estados Unidos – Certificación Orgánica	Certificación Orgánica para productos agrícolas, pecuarios y de recolección silvestre, otorgado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

**Fuente:** U.S. Food and Drug Administration (2020).

### 3.14.7.4. Competencia del producto a nivel nacional

Entre la competencia a nivel nacional, las empresas se destacan por su comercialización y exportación frutas en especial de la variedad de la pulpa de maracuyá hacia los diferentes mercados internacionales en los últimos años son las siguientes:

**Tabla 54.** Empresas competidoras a nivel nacional

Empresas	Logotipo	Descripción	Precio
EXOFRUT S.A.		Pulpa de Maracuyá <b>Peso Neto:</b> 500 g	3.55
Del Huerto		Pulpa de Maracuyá <b>Peso Neto:</b> 500 g	3.06
Naturalia		Pulpa de Maracuyá <b>Peso Neto:</b> 500 g	3.28
FRISCO		Pulpa de Maracuyá <b>Peso Neto:</b> 500 g	2.54

**Fuente:** Data Sur (2022)






En el Ecuador existen empresas competidoras que se especializan en el procesamiento de frutas exóticas. Además de la Asociación de Productores de Maracuyá y Papaya Orgánica, estas empresas productoras tales como: Exofrut, Del Huerto, Naturalia y Frisco, se encargan de la producción y comercialización de pulpa de maracuyá en el mercado internacional.

La manera de diferenciación que tiene el producto es que el cultivo de la fruta y el procesamiento en pulpa es 100% orgánico, el empaque en el que está contenida puede almacenarse por 180 días, asegurando la frescura del producto y el precio de compra es menor a la de la competencia. Además, existen diversas formas de consumo que no requieren mucho tiempo de preparación y que pueden dar a lugar a una gran variedad de productos en el futuro. Las propiedades nutricionales de la pulpa de maracuyá hacen superiores a productos similares. Debido a que el maracuyá es uno de los mejores alimentos que contiene grandes cantidades de antioxidantes que ayudan a prevenir enfermedades degenerativas que actualmente están en aumento en todo el mundo.

### 3.14.7.5. Precio referencial de los competidores internacionales.

Asimismo, es necesario conocer los precios actuales de la competencia que son los establecidos por los importadores de Florida, donde los consumidores no ponen mayor problema en el precio del producto sino en su calidad, a continuación, se hace el análisis del precio internacional de los principales competidores.

**Tabla 55.** Precio de la competencia

Producto	Descripción	País proveniente	Precio
	Bebida de jugo de fruta de maracuyá 100 gramos	Estados Unidos	\$ 2,68
	Pulpa de maracuyá WNA 500 gramos	Ecuador	\$12,99
	Pulpa de Maracuyá 1 litro	Costa Rica	\$25,00
	Pulpa de maracuyá – Goya fruta 397 gramos	New York	\$3,49
	Concentrado de jugo de maracuyá 300 gramos	México	\$21,99

El precio de la pulpa de maracuyá que se comercializa en el mercado estadounidense está determinado por la apariencia, el tamaño, la calidad y el sabor del producto, y principalmente por el proceso de elaboración y las materias primas

utilizadas. En la tabla anterior, se puede observar que WNA es una marca ecuatoriana que ya se encuentra posicionada en el mercado, el peso neto varía entre los 100 y 500 gramos, y el precio de referencia internacional varía entre los \$3,49 a \$25,00 dólares americanos.

#### 3.14.8. Propuesta comercial para el empaque del producto

Las empresas que comercializan la pulpa de maracuyá en el mercado estadounidense deben tener en cuenta las regulaciones de entrada y leyes correspondientes. Además, el producto debe estar correctamente presentado en cuanto a embalaje, embalaje y etiquetado.

##### 3.14.8.1. Empaque, embalaje y etiquetado

###### 3.14.8.1.1. Empaque

Para la utilización del empaque se utilizará bolsas plásticas de polietileno siendo sus dimensiones de 13 cm de largo\* 22 cm de alto \*3 cm de ancho, con una capacidad de 500 gramos. Una vez obtenido el producto será almacenado en un cuarto frío para alargar la vida útil y mantener las características como son sabor, color y textura. La refrigeración antes y después del consumo parcial es crucial para garantizar la calidad y la seguridad alimentaria. En donde el período máximo de duración del producto es de 180 días.

###### 3.14.8.1.2. Embalaje

La correcta manipulación y transporte del embalaje es crucial para preservar su calidad y evitar posibles daños o averías para preservar la calidad del producto a lo largo de su ciclo de vida. También la inclusión de pictogramas en el embalaje es una medida efectiva para comunicar claramente las instrucciones de manipulación adecuada a lo largo de la cadena de suministro.

Es por ello por lo que se utiliza cajas de cartón, por lo cual sus medidas son 40 cm largo \* 35 cm alto \* 30 cm ancho y en cada caja mantiene la capacidad para 30 fundas de pulpa de maracuyá de 500 gramos.

###### 3.14.8.1.3. Etiquetado

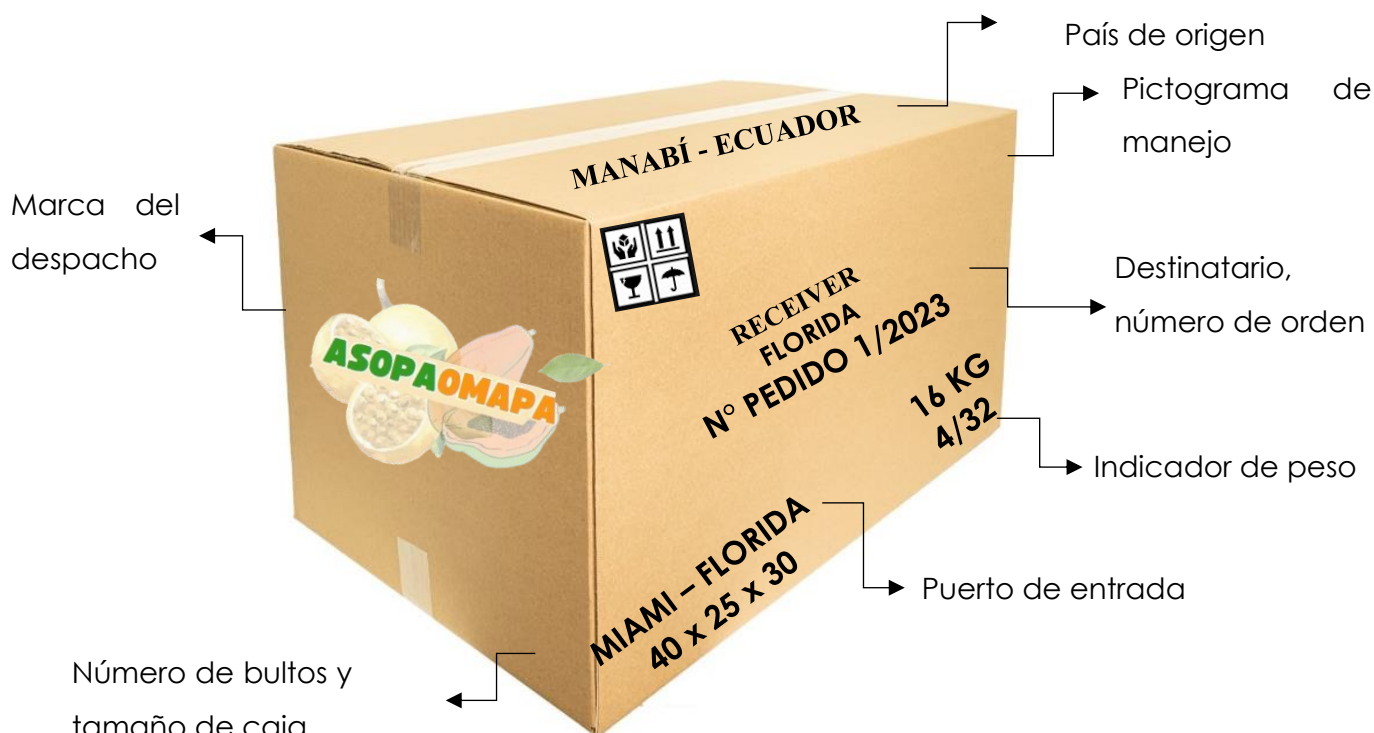
La etiqueta de la pulpa de maracuyá producida por la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya, cumple con las especificaciones necesarias como valor nutricional, logo del producto, código de lote, código

de barras, fecha de elaboración y vencimiento, precio de venta al público, instrucciones de conservación, información de quien lo elabora, lugar de fabricación y dirección.

El producto se excluye del sistema gráfico o semáforo, impuesto por el Reglamento Sanitario de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano, debido a que establece que todos los alimentos procesados por su naturaleza o composición de origen, no se le haya agregado en un subproceso componentes como grasas, sal, azúcares será considerado como un producto orgánico. (Agencia Nacional de Regulación, 2014)

### 3.14.8.2. Elementos que se deben incluir en el marcado de la caja

Es esencial tener en cuenta una adecuada identificación y etiquetado en el embalaje de cualquier producto, ya que esto no solo simplifica su manipulación y transporte, sino que también cumple con normas internacionales del comercio y aduanas. Los elementos que deben incluirse en el embalaje son: Detalles sobre envío y recepción, identificación del producto, peso neto, dimensiones, así como un pictograma para su manejo adecuado. Cabe destacar toda la información debe encontrarse impresa en el embalaje, de tal modo que puede ayudar agilizar tanto el proceso de envío como de recepción, evitando problemas o demoras en la aduana o en los servicios logísticos.



**Figura 25.** Marcado en la caja para exportación



### 3.14.9. Medio de Transporte

El medio de transporte elegido para exportar al mercado estadounidense es por vía marítima, ya que asegura una correcta conservación de la mercancía, se planea embarcar en un contenedor Reffer de 40 pies con capacidad máxima de 29 toneladas. Este enfoque demuestra una estrategia adecuada y eficiente para garantizar la integridad y calidad del producto durante todo el proceso de envío.

Se utiliza el pallet europeo ya que cumple con estándares internacionales y facilita la carga y descarga del contenedor, contribuyendo así una gestión logística efectiva.

Una explicación para elegir el transporte marítimo se debe a que la pulpa de maracuyá tiene una vida útil de hasta 6 meses, siempre y cuando se congele adecuadamente el producto. Sin embargo, la combinación de la capacidad de congelación de la pulpa de maracuyá y los beneficios económicos como logísticos del transporte marítimo brindan una solución integral para asegurar que el producto llegue en óptimas condiciones al mercado objetivo.

#### 3.14.9.1. Flete Interno

Para que la mercancía sea transportada, se utilizara camiones que permitan transportar el producto desde la asociación ASOPAOMAPA hasta el puerto de Guayaquil y posterior ser embarcado hacia el mercado destino.

**Tabla 56.** Flete Interno

<b>Costo estimado de flete</b>	
Origen	Cantón San Vicente – Manabí
Destino	Puerto marítimo de Guayaquil- Ecuador
Contenedor	40 pies
Tiempo de llegada	6 horas
Costo del flete	250

**Fuente:** Searates (2022)

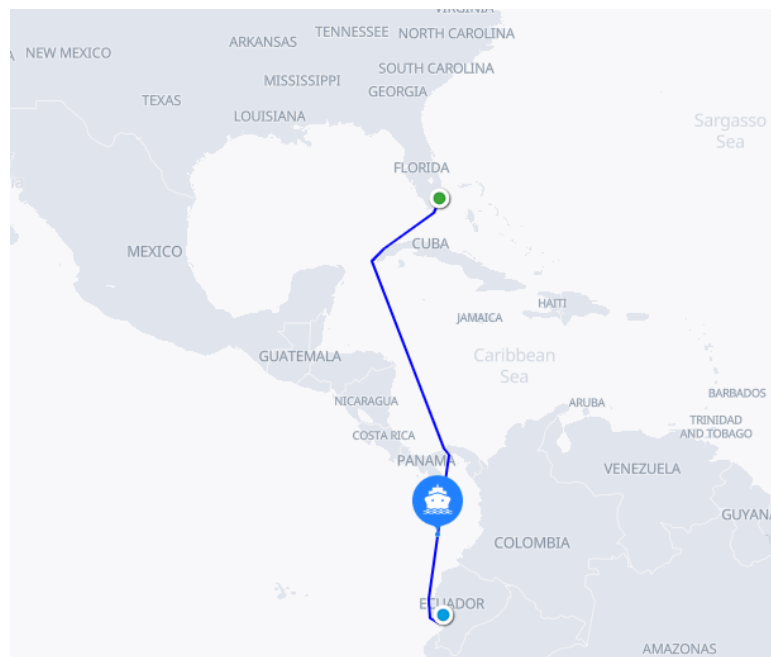
#### 3.14.9.2. Flete internacional

El puerto de Miami será utilizado para el arribo de mercancías debido a su ubicación estratégica y numerosos beneficios para el comercio de bienes y servicios. Debido a su infraestructura, instalaciones y facilidades de importación, este puerto es una buena opción para la importación de pulpa de maracuyá, lo que facilita el proceso comercial.

**Tabla 57.** Flete Internacional

Costo estimado de flete	
Origen	Puerto marítimo de Guayaquil - Ecuador
Destino	Puerto de Miami - Florida
Contenedor	40 pies
Tiempo de llegada	9 a 13 días
Costo del flete	2240

**Fuente:** Searates (2022)



**Figura 26.** Ruta internacional

**Fuente:** Searates (2022)

#### 3.14.10. Implementación de régimen aduanero: Exportación definitiva

El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) es una legislación ecuatoriana que regula y promueve las actividades relacionadas con la producción, el comercio y las inversiones en el país, como el establecer tipo de diferentes regímenes de exportación.

El régimen 40 es la salida del producto del territorio aduanero nacional para el ingreso al mercado internacional, cumpliendo y respetando todas las leyes y reglamentos que garanticen la libre circulación. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2023)

La Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya administra íntegramente toda la operación, ya que se abastece de la materia prima

recolectada por sus socios, luego se cotiza y convierte en pulpa para finalmente llevarse al mercado, donde si se tiene un contrato esto se hace directamente, pero si no existe se comercializará a través de intermediarios.

La comercialización de pulpa de maracuyá en el mercado estadounidense requiere de una serie de procesos y regulaciones para asegurar la aplicación correcta del régimen. En primer lugar, el régimen de exportación definitiva comienza con la negociación entre compradores y vendedores, y una vez que se llega a un acuerdo, se aprueba el envío de la pulpa de maracuyá. La asociación debe administrar íntegramente toda la operación, ya que se abastece de la materia prima recolectada por sus socios, cotiza y convierte en pulpa para llevar al mercado, donde si se tiene un contrato esto se hace directamente, en tal caso que no exista, se comercializará a través de intermediarios.

Dado que la pulpa de maracuyá será enviada por vía marítima, la naviera se encarga de enviar las órdenes de retiro del contenedor para realizar el envío correspondiente. El contenedor será enviado a la ubicación acordada, la empresa de transporte recoge el contenedor y un agente lo inspecciona para asegurarse de que esté vacío y sea adecuado para el envío del producto. Luego, la unidad de carga se traslada a las instalaciones de la asociación para ser cargado con el producto a exportar.

En este punto, el transportista recibe los documentos requeridos para el ingreso legal al área principal del contenedor. Luego de registrar el contenedor en el terminal, el exportador ecuatoriano determina el tipo de capacidad asignada al embarque en el sistema Ecuapass el cual determina el tipo de aforo ya sea físico, documental o automático para permitir el tránsito legal del contenedor.

Una vez completada la inspección, el contenedor de carga se cierra y se pone los respectivos sellos y precintos los mismos no deben cambiarse durante el envío a excepción de las aduanas que requieren un control específico, en ese momento también se realiza la inspección del BL con datos reales.

Para finalizar con la exportación el sistema Ecuapass, se debe modificar la Declaración Aduanera de Exportación con la información correcta para su envío adjuntando los documentos requeridos por la Aduana del Ecuador (SENAE). Sin embargo, se debe tener en cuenta que el plazo de verificación o corrección de datos es de 30 días calendario.

### **Exportación Directa**

Llevar a cabo una exportación directa puede ser una estrategia ventajosa para la Asociación en la comercialización de la pulpa de maracuyá. A fin de que permitirá a la asociación tener un mayor control sobre el proceso de venta y establecer una relación directa con los clientes en el mercado de Florida. Al eliminar intermediarios en el proceso de comercialización, la asociación podría potencialmente incrementar su rentabilidad y tener más conocimiento acerca de los procesos aduaneros y logísticos.



**Figura 27.** Exportación Directa

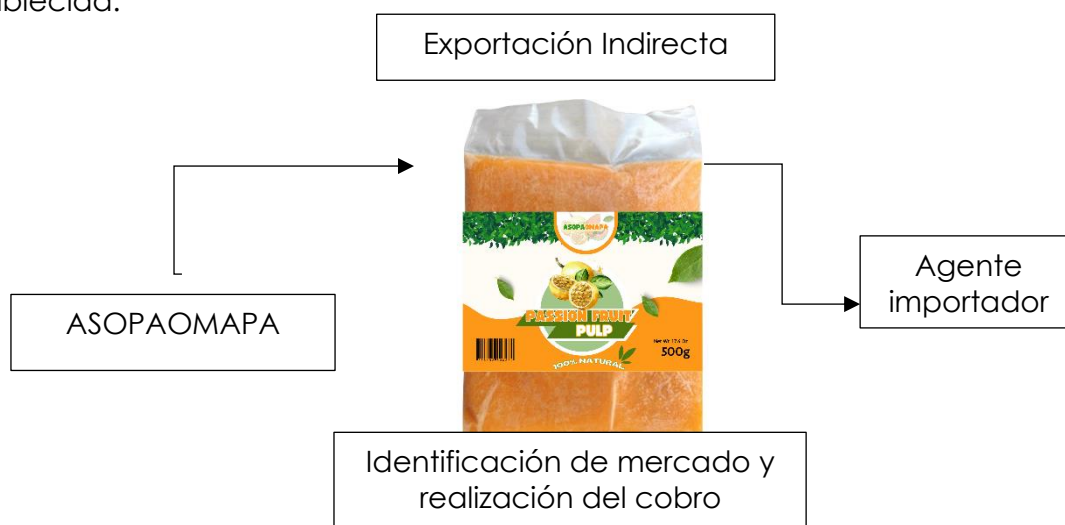
Como exportadora de pulpa de maracuyá, la asociación es responsable de todo el proceso de exportación desde la identificación del mercado hasta el cobro del pago de las ventas.

Todo este proceso significa que la Asociación asume todos los riesgos asociados al proceso de exportación, desde la producción de la pulpa de maracuyá hasta la entrega del producto a bordo del buque, por lo tanto, se aplicó el incoterm FOB donde se deben cumplir las responsabilidades previamente acordadas y asumidas en un contrato de compra y venta donde los acuerdos que ambas partes consideren necesarios.

### **Exportación Indirecta**

La exportación indirecta es una alternativa común para las empresas que desean ingresar al mercado internacional, pero no desean asumir directamente la responsabilidad de las operaciones de exportación. En este caso, al delegar la actividad exportadora a un intermediario, la asociación puede beneficiarse de su

experiencia y conocimiento del mercado objetivo, así como de su red de distribución establecida.



**Figura 28.** Exportación Indirecta

Como exportador, la Asociación venderá la pulpa de maracuyá a un agente de aduanas extranjero en el mercado de Florida, donde será responsable de todas las operaciones de exportación. Por lo tanto, las asociaciones deben tener en cuenta el equilibrio entre los beneficios inmediatos de la exportación indirecta y la necesidad de establecer una presencia activa en el mercado internacional para garantizar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Esto incluye estrategias complementarias, como participar en eventos comerciales internacionales, colaborar con asociaciones comerciales y buscar activamente contactos en el extranjero.

#### 3.14.10.1. Proceso de exportación para la pulpa de maracuyá

Para realizar la exportación del producto, la asociación deberá cumplir con las siguientes formalidades aduaneras.

- Contar con registro de contribuyentes (Ruc)
- Firma digital o token
- Registrarse en el sistema de ECUAPASS como importador/exportador
- Aprobación del SENA E

El proceso de exportación de pulpa de maracuyá implica seguir una serie de reglas y procedimientos establecidos por el marco legal de comercio exterior de Ecuador y, posiblemente, por el país de destino.

El procedimiento de exportación comienza con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la cual puede

ir acompañada de una factura o proforma y documentación disponible antes del envío. Los principales datos que contará en la DAE son:

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

A la Declaración aduanera de Exportación lo acompañaran los documentos digitales a través del ECUAPASS como: son la factura quien es emitido por el vendedor conteniendo información de nombre, fecha, emisión dirección del comprador, cantidades, y todo lo relacionado a la información de la mercancía. Siguiendo del documento de transporte en este caso se utilizará el conocimiento de embarque o más conocido como Bill of Lading que es utilizado en el transporte marítimo y es emitido por una agencia naviera. Otro documento por utilizar es el certificado de origen ya el documento que permite la liberación de tributos y está amparado de convenios o tratados internacionales. Por último, documento está el registro fitosanitario, que es el documento que emite AGROCALIDAD en el cual detalla las condiciones de salubridad que se encuentra el producto. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2022).

Una vez aprobada la DAE, la mercancía entra a la zona primaria del distrito donde se embarca, lo que resulta en que el almacén temporal la registra y guarda antes de su exportación. Al exportar, se le notifica el canal de inspección asignado, que puede ser:

**Tabla 58** Tipos de Aforo

TIPO DE AFORO	DETALLE
Automático	Si se le presenta a la DAE un canal de Aforo automático, la autorización de salida deberá entender que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.
Documental	Si se le asigna a la DAE un canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, se procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades.
Físico Intrusivo	Cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se procede en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga

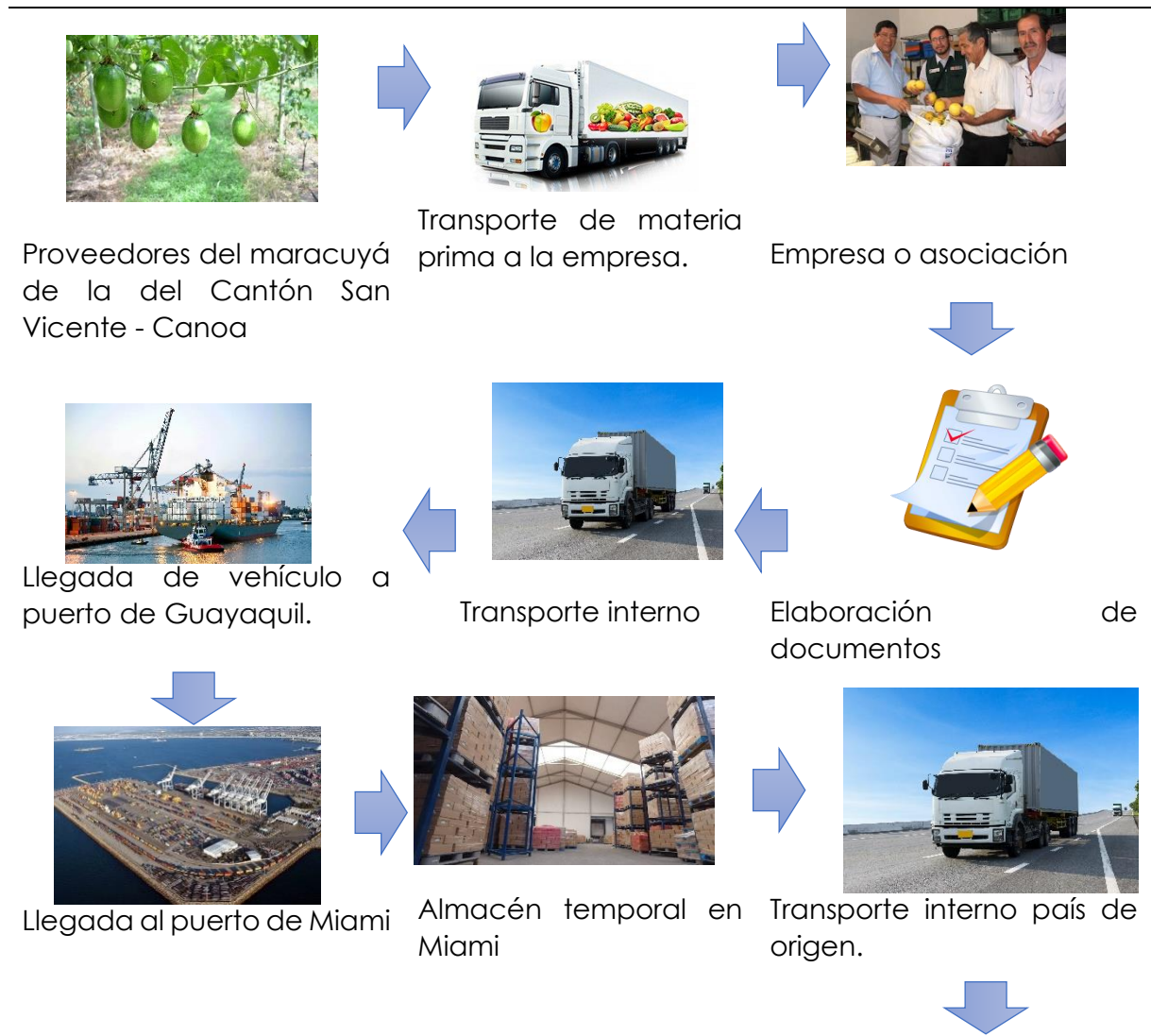
corroborada con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE.

**Fuente:** Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2022).

### 3.14.11. Proceso de distribución internacional

El plan logístico es el proceso de planificación, gestión, control y coordinación de todas las actividades necesarias para el buen funcionamiento de la asociación, lo que garantiza un proceso fluido y eficiente desde la recepción de la materia prima hasta su transporte al lugar de destino y finalmente su comercialización en el mercado de Florida, asegurando la satisfacción del cliente y el éxito comercial a largo plazo.

**Tabla 59.** Proceso de Distribución Internacional





Como se puede observar en el siguiente cuadro, el plan logístico de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya empieza desde la recepción de la materia prima, se verifica las condiciones en las que se encuentra la fruta, en caso de ser aceptados se almacena para su posterior procesamiento y obtener un producto de alta calidad.

Luego de la obtención de la pulpa, la mercadería es trasladada a refrigeración para poder continuar con el proceso de comercialización tanto en el mercado nacional e internacional, luego se procede a gestionar los documentos necesarios para la exportación al mercado de destino y el contrato de transporte terrestre (instalaciones de la empresa) hasta el puerto de Guayaquil. Este es el momento en que terminan las obligaciones de la asociación al dejar la mercadería al bordo del buque.

En el proceso posterior, la mercancía llega al puerto de Miami, cabe recalcar que una vez que la mercancía se encuentre a bordo del buque, la responsabilidad del importador (comprador) comienza realizando el pago de la prima del seguro y el flete internacional. Después de que se realice el envío de mercancía y la misma llegue al puerto de Miami, se deberá realizar los trámites aduaneros para la nacionalización del producto correspondiente. Allí, las mercancías son inspeccionadas por la aduana, según su canal de aforo. Se procede a realizar la nacionalización de la mercadería para posterior a eso pueda circular libremente en el mercado sin tener alguna restricción.

Luego, las mercancías se trasladan a un depósito temporal donde se verifica la cantidad de mercancías, se registran, despachan y luego se entregan a la empresa importadora, y posteriormente a una posible distribución en centros comerciales para ser comercializados al consumidor final.



### 3.14.12. Proceso de distribución en el mercado

#### 3.14.12.1. Canal de Distribución.

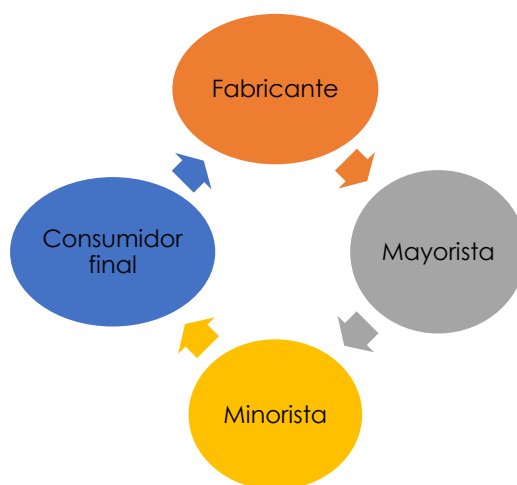
Para hacer llegar la pulpa de maracuyá hasta el consumidor final, es necesario realizar una investigación adecuada hacia la optimización de recursos para la distribución del producto. La siguiente tabla muestra información sobre el canal de distribución a utilizar.

**Tabla 60.** Canal de distribución

Tipos de canales de distribución	
Fabricante - consumidor final	Se denomina canal directo porque el fabricante vende sus productos directamente al consumidor final sin pasar por intermediarios.
Fabricante - detallista o minorista- consumidor final	El canal detallista o minorista se encarga de hacer llegar el producto al cliente final incluyendo la participación de intermediarios.
Fabricante- Mayorista - minorista - consumidor final	El canal mayorista es el medio más largo, porque inicia desde el fabricante, distribuidor mayorista, minorista hasta el consumidor.

**Fuente:** (Acosta, 2017)

Considerando el cuadro anterior, para la exportación de la pulpa de maracuyá, el canal de distribución más adecuado es el de mayorista, es decir el proceso a utilizar es desde el fabricante al mayorista, del mayorista al minorista y finalmente al consumidor final. A continuación, se puede identificar le canal de distribución. que tendría la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya, para la comercialización de la pulpa de maracuyá al consumidor final.



**Figura 29.** Canal de distribución

Posterior a la información brindada, la Asociación realiza la exportación indirecta y considerando que ASOPAOMAPA está comenzando a incursionar en el mercado internacional, permite llegar su producto al consumidor final de manera efectiva. Sin embargo, trabajar con intermediarios experimentados facilita la entrada al mercado internacional y reduce la carga administrativa para la asociación, de tal manera que le permita enfocarse en la producción de pulpa de maracuyá de alta calidad.

**Productor:** El canal de distribución empieza desde el fabricante o productor que en este caso es la Asociación de Productores orgánicos Maracuyá y Papaya de la provincia de Manabí, los cuales se dedican a la producción y comercialización de pulpa de maracuyá en el Ecuador.

**Mayorista:** para entrar un producto procesado fresco en el sector de alimentos del mercado norteamericano, los importadores de pulpa de frutas en la mayoría de los casos son los mayoristas, que compran de manera directa al vendedor extranjero, la mayoría de este tipo de distribuidores compran el producto para luego someterlos a procesos envasado, embalaje y etiquetado de marcas propias para luego venderlo y distribuirlo a minoristas. Las empresas importadoras en Estados Unidos son Mc Food Dist, Food Ingredients USA, Rhodes Quality y Alpes.

**Minorista:** los minoristas en Estados Unidos se encuentran enfocados a tiendas de autoservicio o supermercados, tiendas de abastecimiento o Food service, tiendas de conveniencia, tiendas de productos gourmet.

**Consumidor final:** El último eslabón de la cadena de distribución son los consumidores finales, es decir los compradores de pulpa de maracuyá de la ciudad de Florida, quienes buscan cuidar su salud con productos naturales, orgánicos, sin conservantes ni aditivos.

### 3.14.13. Información básica del producto

En la siguiente tabla, se realiza una breve presentación del producto haciendo énfasis a los datos más relevantes (nombre comercial, partida arancelaria, unidad comercial, puerto de embarque, moneda de transacción). Con la finalidad de mantener informado al importador.

**Tabla 61.** Información del Producto/embarque

Información del producto	
Nombre comercial	Pulpa de maracuyá
Posición arancelaria (país de origen)	0811.90.94.00

Posición arancelaria (país destino)	0811.90.94.00
Unidad comercial	500 gramos
Moneda de transacción	Dólar americano (USD)

**Información del embarque**

País de origen	Ecuador
Puerto de embarque	Puerto de Guayaquil
País destino	Estados Unidos
Ciudad de punto de destino	Florida
Tipo de Embalaje	Cajas de cartón
Tipo de pallet	Pallet Europeo
Contenedor	Contenedor Reefer 40 pies

3.14.14. Cubicaje

Para poder transportar el producto hacia el mercado destino sin que sufra ningún tipo de daño en el transcurso de la ruta, se analiza las herramientas y maneras de manipular la mercadería.

**Tabla 62.** Cubicaje

Nombres	Ilustración
Caja	
Pallet Americano	
Contenedor reefer "40"	

Una vez especificado que herramientas se utilizaran para salvaguardar la integridad del producto se procede a realizar la unitarización y el cubicaje requerido para transportar la mercadería hasta el destino.

**Tabla 63.** Unitarización y Cubicaje

	Largo cm	Ancho cm	Alto cm	Cantidad
Producto	13	3	22	
Caja	40	30	35	30

Pallet	120	80	150	24
Contenedor	1157	228	226	18
Cantidad Total Por Exportar				12960

Este sistema de empaque y distribución permite aprovechar al máximo el espacio en el contenedor Reefer de 40 pies, asegurando una carga eficiente y optimizando la capacidad de transporte.

Cada caja de cartón contiene 30 unidades de pulpa de maracuyá, las mismas que están distribuidas en 3 fundas a lo largo, 1 funda a lo alto y 10 fundas a lo ancho. Sin embargo, en un pallet europeo caben 24 cajas por pallet, del mismo modo que se encuentran distribuidas de la siguiente manera: 3 cajas a lo largo, 2 cajas a lo ancho y 4 cajas a lo alto y por último en un contenedor Reefer de 40 pies entran 18 pallets por contenedor y cada pallet contiene 24 cajas de 30 unidades, totalizando 12960 unidades para ser transportadas en cada contenedor.

**Tabla 64.** Peso Unidad

Descripción	Kg	Cantidad	Total, peso Kg
Peso Unitario	0,5	12960	6480
Peso por caja	0,4	30	12
Peso por pallet	25	24	600
Peso por tara	1	3750	3750
Total			10842
<b>Peso máx del contenedor</b>	<b>32000</b>	<b>Capacidad en %</b>	<b>34%</b>

El peso del embarque es necesario calcular, dado que los vehículos de transporte al igual que las grúas tiene capacidades estándar para poder manipular y movilizar las mercancías. El peso máximo para un contenedor refrigerado es de 32 toneladas, el cálculo corresponde a una multiplicación entre el peso por unidad con la cantidad total, se obtiene un resultante subtotal el cual es sumado para saber el peso total, siendo de 10842 kilogramos, es decir 10 toneladas, esto confirma que está dentro del rango requerido para ser transportados, ya que su ocupación porcentual en peso es del 34%.

**Tabla 65.** Cantidades a exportar

Detalle	2022	2023	2024	2025	2026	2027
---------	------	------	------	------	------	------

Cantidad de cajas	172	172	173	220	248	276
Cantidad de pallets	206	206	208	264	298	331
Cantidad de transporte interno origen	6	6	6	7	8	9
Cantidad de contenedores	6	6	6	7	8	9

### 3.14.15. Incoterms

**Tabla 66.** Incoterms 2020

<b>INCOTERMS</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Valor del embarque	311306	316068	403983,7	457958,4	512548,5
<b>EXW</b>	<b>311306</b>	<b>316068</b>	<b>403984</b>	<b>457958</b>	<b>512549</b>
<b>EXW Unitario</b>	<b>2,80</b>	<b>2,81</b>	<b>2,83</b>	<b>2,85</b>	<b>2,87</b>
Manipulación local X	2.720	2.744	3.487	3.929	4.371
Unitarización	2.576	2.600	3.303	3.722	4.141
<b>FCA/FAS</b>	<b>316.602</b>	<b>321.413</b>	<b>410.774</b>	<b>465.610</b>	<b>521.061</b>
<b>FCA/FAS Unitario</b>	<b>2,84</b>	<b>2,86</b>	<b>2,88</b>	<b>2,90</b>	<b>2,91</b>
Transporte interno	6.870	6.933	8.809	9.926	11.043
Manipuleo Embarque	515	520	661	744	828
Agentes	4.580	4.622	5.872	6.617	7.362
<b>FOB</b>	<b>328.568</b>	<b>333.491</b>	<b>426.118</b>	<b>482.900</b>	<b>540.297</b>
<b>FOB Unitario</b>	<b>2,95</b>	<b>2,97</b>	<b>2,99</b>	<b>3,00</b>	<b>3,02</b>
Flete Internacional	17.748	17.911	22.756	25.642	28.528
<b>CFR</b>	<b>346.316</b>	<b>351.405</b>	<b>448.877</b>	<b>508.545</b>	<b>568.829</b>
<b>CFR Unitario</b>	<b>3,11</b>	<b>3,13</b>	<b>3,15</b>	<b>3,16</b>	<b>3,18</b>
Seguro Internacional	3.286	3.335	4.261	4.829	5.403
<b>CIF</b>	<b>349.605</b>	<b>354.743</b>	<b>453.141</b>	<b>513.377</b>	<b>574.235</b>
<b>CIF Unitario</b>	<b>3,14</b>	<b>3,16</b>	<b>3,18</b>	<b>3,19</b>	<b>3,21</b>
Manipuleo desembarque	3.721	3.756	4.771	5.377	5.982
<b>DAP</b>	<b>353.330</b>	<b>358.502</b>	<b>457.916</b>	<b>518.757</b>	<b>580.220</b>
<b>DAP Unitario</b>	<b>3,17</b>	<b>3,19</b>	<b>3,21</b>	<b>3,23</b>	<b>3,24</b>
Transporte interno	4.294	4.333	5.505	6.204	6.902
Descarga en destino	5.153	5.200	6.606	7.444	8.282
<b>DPU</b>	<b>362.780</b>	<b>368.039</b>	<b>470.031</b>	<b>532.408</b>	<b>595.408</b>
<b>DPU Unitario</b>	<b>3,26</b>	<b>3,28</b>	<b>3,29</b>	<b>3,31</b>	<b>3,33</b>
Almacenamiento temporal	5.725	5.778	7.341	8.272	9.203
Derechos Aduaneros	6.992	7.095	9.063	10.268	11.485
Capital e inventario país de destino	1.002	1.011	1.285	1.448	1.610
<b>DDP</b>	<b>376.496</b>	<b>381.919</b>	<b>487.716</b>	<b>552.392</b>	<b>617.702</b>
<b>DDP Unitario</b>	<b>3,38</b>	<b>3,40</b>	<b>3,42</b>	<b>3,44</b>	<b>3,45</b>

La negociación para la exportación de la pulpa de maracuyá hacia el mercado estadounidense se realizará en término FOB. En una transacción en término FOB, el

vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque convenido, o proporciona la mercancía así ya entregada.

### **3.15. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

El estudio financiero es una etapa muy trascendental en el desarrollo del proyecto de inversión. El mismo que implicó evaluar y analizar detalladamente los aspectos económicos que la empresa tiene disponibles, así como el coste de producción para determinar su viabilidad y rentabilidad a lo largo del tiempo.

#### **3.15.1. Inversión inicial**

La inversión inicial es aquella que se utiliza para cubrir los costos de compra de todos los activos fijos y activos diferidos o intangibles necesarios para asegurar la actividad económica, con excepción al capital del trabajo.

Para llevar a cabo la producción de la pulpa de maracuyá requiere una inversión inicial de 305.813 dólares que se encuentran distribuidos entre activos fijos de \$57.017 USD, capital de operaciones \$246.146 USD y gasto de constitución de \$2.650 USD, dicha inversión es necesaria para comercializar la pulpa de maracuyá hacia el mercado de Florida.

**Tabla 67.** Inversión Inicial

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Activos Fijos	57.017
Activos Diferidos	2.650
Capital de Operación	246.146
<b>Total, Inversión Inicial</b>	<b>305.813</b>

A continuación, se detalla de mejor manera a cada uno de ellos:

#### **3.15.2. Inversión fija**

Los activos fijos son todos aquellos bienes tangibles o intangibles necesarios para que la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya cumpla con las actividades operativas de producción y comercialización del producto. La empresa tuvo que invertir alrededor de \$ 57.017 dólares en activos fijos, los cuales están divididos en terreno, infraestructura, maquinaria, equipos de cómputo, muebles y enseres.

A continuación, en la tabla se detalla, el valor unitario, valor total de cada uno de los elementos que constituyen los activos fijos anteriormente mencionados.

**Tabla 68.** Inversión Fija

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	Total
<b>EDIFICIO E INFRAESTRUCTURA</b>				<b>\$40.000</b>
Terreno	1	\$40.000	\$40.000	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				<b>\$14.437</b>
Envasadora y selladora	1	\$1.900	\$1.900	
Despulpadora de frutas	1	\$2.500	\$2.500	
Marmita	1	\$950	\$950	
Cuarto frío	1	\$8.500	\$8.500	
Termómetro digital	2	\$23,50	\$47	
Balanza Industrial	1	\$150	\$150	
Cocina Industrial	1	\$250	\$250	
Mesa de acero inoxidable	2	\$70	\$140	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$1.480</b>
Escritorio	3	\$150	\$450	
Silla ejecutiva	2	\$80	\$160	
Mesas	3	\$180	\$540	
Archivador	2	\$70	\$140	
Sillas de oficina	4	\$35	\$140	
Teléfono	1	\$30	\$30	
Calculadora	2	\$10	\$20	
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>				<b>\$1.100</b>
Computadora portátil	1	\$750	\$750	
Impresora multifunción	1	\$350	\$350	
<b>TOTAL, ACTIVOS FIJOS - INVERSIÓN</b>				<b>\$57.017</b>

### 3.15.3. Gastos de Constitución

Los gastos de constitución para el funcionamiento y puesta en marcha de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya ascienden a un valor de \$4400 dólares, de los cuales se distribuyen en el pago de permisos y registros, permisos de municipio, documentos notariados, registro y certificaciones orgánicas que aseguran la calidad e inocuidad alimentaria de la pulpa de maracuyá a ser comercializado en el mercado ecuatoriano y estadounidense.

**Tabla 69.** Gastos de Constitución

Detalle	Cantidad	Valor Unitario
Honorarios abogados	1	300
Gasto de constitución	1	350
Pago notaría	1	200

Municipio	1	300
Permisos y registros	1	1.500
<b>Total, Activos Diferidos- Gastos de constitución</b>		<b>2.650</b>

#### 3.15.4. Capital de operación

El capital de operaciones para la elaboración del producto final (pulpa de maracuyá) ofertado por la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya tiene un valor aproximado de \$246.146 dólares. Los cuales están distribuidos entre los costos de la mano de obra, costos de materia prima, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos gasto de exportación, es decir, todos aquellos componentes que permiten la producción y la exportación de la pulpa de maracuyá.

**Tabla 70.** Capital de Operación

Concepto	Valor
Materia prima	82.124
Mano de obra directa	10.800
Costos indirectos de fabricación	81.929
Gasto Sueldos Administrativos	25.200
Gastos administrativos	35.984
Gastos de Exportación (FOB)	10.110
<b>Total, Capital de Operación</b>	<b>246.146</b>

#### 3.15.5. Costos de Producción

A continuación, se presentan a detalle los costos necesarios para la producción de la pulpa de maracuyá, entre ellos se encuentra la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación:

**Tabla 71.** Costos de Producción

Costos de Producción			Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Materia Prima</b>			<b>82.124</b>	<b>90.172</b>	<b>99.008</b>	<b>108.711</b>	<b>119.365</b>
Maracuyá	112498	0,73	82.124	90.172	99.008	108.711	119.365
<b>Mano de obra Directa</b>			<b>10.800</b>	<b>11.275</b>	<b>11.383</b>	<b>11.491</b>	<b>11.599</b>
Operarios	2	10.800	10.800	11.275	11.383	11.491	11.599
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>			<b>81.929</b>	<b>89.834</b>	<b>98.428</b>	<b>107.861</b>	<b>118.216</b>
Empaque	112498	0,03	3.150	3.459	3.798	4.170	4.578



Embalaje	112498	0,65	73.124	80.290	88.158	96.798	106.284
Etiqueta	112498	0,03	3.375	3.706	4.069	4.468	4.905
Agua	12	50,00	600	626	632	638	644
Energía eléctrica	12	60,00	720	752	759	766	773
Internet	12	30,00	360	376	379	383	387
Suministros de oficina	12	50,00	600	626	632	638	644
<b>Total, Costo de Producción</b>			<b>174.852</b>	<b>191.281</b>	<b>208.819</b>	<b>228.063</b>	<b>249.181</b>

La tabla detalla los costos de producción de la pulpa de maracuyá, para ello requiere como materia prima el maracuyá, en la mano de obra directa se encuentran los dos operarios encargados en la fabricación del producto, en costos indirecto se tiene el empaque, embalaje y etiquetado, servicio de agua, energía eléctrica, internet y suministros de oficina, el análisis es de cinco años, sus valores son en dólares, con ello se obtiene el costo total de la producción por año.

### 3.15.6. Proyección de gastos administrativos

#### **Sueldos administrativos**

Dentro de los gastos administrativos se establecen los sueldos administrativos del gerente general, contadora y tramitador de comercio exterior; estos administrativos son necesarios para el buen funcionamiento de la empresa ya que ellos son los encargados de la parte operativa de las actividades que la empresa desarrolla.

Dentro de la tabla se puntualiza los sueldos para cada uno de los trabajadores de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya en el primer año, conteniendo todos aquellos beneficios que fija el estado ecuatoriano.

**Tabla 72.** Proyección Sueldos Administrativos

Cargo	Cantidad	V. unitario	Total	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Administrativos</b>	<b>3</b>		<b>25200</b>	<b>25200</b>	<b>25200</b>	<b>25200</b>	<b>25200</b>	<b>25200</b>
Gerente General	1	900	10800	10800	10800	10800	10800	10800
Contador	1	550	6600	6600	6600	6600	6600	6600
Tramitador	1	650	7800	7800	7800	7800	7800	7800
<b>Operarios</b>	<b>2</b>		<b>10800</b>	<b>10800</b>	<b>10800</b>	<b>10800</b>	<b>10800</b>	<b>10800</b>
Operario	2	450	10800	10800	10800	10800	10800	10800

#### **Gastos Administrativos**

Los gastos administrativos de una empresa son aquellos que se vinculan directamente con la dirección y administración de la organización, aunque no intervienen directamente en la producción son departamentos importantes para que la

actividad económica de la empresa se desarrolle. Dentro de los gastos administrativos además de los sueldos administrativos se encuentran los servicios básicos, los suministros de oficina, suministros de limpieza y depreciaciones.

**Tabla 73.** Gastos Administrativos

<b>Gastos Administrativo</b>		<b>Proyección Gastos Administrativos</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Sueldos	1	32.084	32.084	33.496	33.817	34.137	34.458
Servicios básicos	12	160	1.920	2.004	2.024	2.043	2.062
Suministros de oficina	12	50	600	626	632	638	644
Suministros de limpieza	12	115	1.380	1.441	1.455	1.468	1.482
			35.984	37.567	37.927	38.287	38.647

### 3.15.7. Gastos de Venta o exportación

Los gastos de exportación se refieren a los gastos necesarios para el despacho de exportación, preparación y documentación previa al embarque y que corren por cuenta del vendedor. Estos gastos comprenden la unitarización, manipuleo en origen, documentación y el transporte interno, haciendo hincapié en el término FOB que es el incoterm de negociación, estos gastos son calculados de acuerdo con el valor por unidad de cada cuatrimestre y para obtener el precio anual se multiplica por los 3 envíos que se realizarán al año. A continuación, en la siguiente tabla se describirán dichos gastos.

**Tabla 74.** Gastos de Exportación

<b>Gastos de exportación</b>		<b>Proyección Gastos de Exportación</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Unitarización	3	690	2.070	2.161	2.182	2.202	2.223
Manipulación origen	3	500	1.500	1.566	1.581	1.596	1.611
Documentación	3	680	2.040	2.130	2.150	2.171	2.191
Transporte Interno	3	1500	4.500	4.698	4.743	4.788	4.833
<b>Total, Gastos de Exportación (FOB)</b>			<b>10.110</b>	<b>10.555</b>	<b>10.656</b>	<b>10.757</b>	<b>10.858</b>

### 3.15.8. Estructura de financiamiento

La empresa de productores orgánicos maracuyá y papaya financiará el 40% del total de la inversión con capital propio y el otro 60% a través de un préstamo en la institución financiera del BanEcuador, el monto es de \$183.488, con una tasa efectiva

del 10.21% con un plazo de pago de 5 años por lo que el pago también será de forma anual

**Condiciones del crédito**

**Tipo de crédito:** Actividad Comercial

**Segmento:** PYE

**Capital para financiar:** \$183.488

**Plazo de años:** 5 años

**Periodicidad:** anual

**Tasa efectiva:** 10.21%

**Tabla 75.** Estructura de Financiamiento

<b>Estructura de Financiamiento</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Participación</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	40%	122.325
Capital Ajeno	60%	183.488
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>305.813</b>

3.15.9. Costo de Capital Promedio

El capital costo promedio ponderado es el promedio de todos los intereses de la estructura financiera ya que el dinero que se invierte en un proyecto no puede ser solo capital propio, sino que se necesita de instituciones financieras para tener todo el capital.

**Tabla 76.** Costo de Capital Promedio

<b>Costo de Capital Promedio Ponderado</b>			
<b>Recursos</b>	<b>Participación</b>	<b>Costo Financiero</b>	<b>Impuesto</b>
Propios	40%	10,00%	25,00%
Ajenos	60%	10,21%	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>WACC</b>	<b>9,13%</b>

Se calcula el costo de capital promedio ponderado en sus siglas en ingles se lo conoce como WACC, el cual sirve para detalla el valor de la tasa que se aplicará en las fórmulas del TIR y VAN, es importante determinar la tasa de interés activa de la entidad financiera BanEcuador. En este caso la tasa que el banco cobra es del 10,21% y el capital propio alrededor de un 10%, entre estos dos porcentajes se saca un valor promedio dando como WACC el 9,13% que es una cantidad en base a los

impuestos que se paga al estado por lo que la tasa efectiva para calcular el VAN sería del 9,13%.

A continuación, se detalla la tabla de amortización anual.

**Tabla 77.** Amortización Anual

	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Interés</b>	17908,43	14961,02	11725,95	8175,13	4277,76
<b>Amortización</b>	30198,83	33146,24	36381,31	39932,12	43829,5
<b>Total, cuota a pagar</b>	48107,26	48107,26	48107,26	48107,25	48107,26

La tabla representa el valor del financiamiento con BAN ECUADOR, describe el valor del interés de la deuda, dinero que se percibe como un flujo de salida, también se describe la amortización del capital de la deuda siendo como un flujo de entrada, el valor total a pagar es de 240.536,29 USD.

### 3.15.10. Estado de Resultados

El estado de resultados permite establecer si la asociación de productores orgánicos genera ganancias o pérdidas, a través de los ingresos y gastos realizados durante la producción de pulpa de maracuyá en un periodo de tiempo determinado.

A continuación, se presenta el estado de resultados proyectado para cinco años.

**Tabla 78.** Estado de Resultados

<b>Detalle</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>Ventas</b>	<b>343.008</b>	<b>380.525</b>	<b>422.145</b>	<b>468.321</b>	<b>519.550</b>
Cantidad	112.498	123.523	135.628	148.920	163.514
Precio FOB	3,05	3,08	3,11	3,14	3,18
<b>- Costo de venta</b>	<b>174.852</b>	<b>191.281</b>	<b>208.819</b>	<b>228.063</b>	<b>249.181</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>168.156</b>	<b>189.244</b>	<b>213.326</b>	<b>240.257</b>	<b>270.369</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>46.094</b>	<b>48.122</b>	<b>48.583</b>	<b>49.044</b>	<b>68.670</b>
Gastos Administrativos	35.984	37.567	37.927	38.287	38.647
Gastos de exportación	10.110	10.555	10.656	10.757	30.023
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>122.062</b>	<b>141.122</b>	<b>164.743</b>	<b>191.213</b>	<b>201.700</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>30.199</b>	<b>33.146</b>	<b>36.381</b>	<b>39.932</b>	<b>43.830</b>
Interés Bancario	30199	33146	36381	39932	43830
<b>U.T.A. I</b>	<b>91.863</b>	<b>107.975</b>	<b>128.361</b>	<b>151.281</b>	<b>157.870</b>
- 15% Particip. Trabajadores	13.779	16.196	19.254	22.692	23.681
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>78.083</b>	<b>91.779</b>	<b>109.107</b>	<b>128.589</b>	<b>134.190</b>
- 25% Impuesto a la Renta	19.521	22.945	27.277	32.147	33.547
<b>Utilidad Neta</b>	<b>58.563</b>	<b>68.834</b>	<b>81.830</b>	<b>96.442</b>	<b>100.642</b>

La tabla representa el cálculo del estado de resultados, en ella se mide todos los ingresos y gastos para finalmente obtener la utilidad neta del proyecto por cada año de análisis, se registra el valor del interés de la deuda como un gasto, igualmente las utilidades e impuesto a la renta se lo denota como gastos para el ejercicio contable.

### 3.15.11. Estado de Flujo de Caja

**Tabla 79.** Estado de Flujo de Caja

<b>Entradas de efectivo</b>	<b>Año 2022</b>	<b>Año 2023</b>	<b>Año 2024</b>	<b>Año 2025</b>	<b>Año 2026</b>	<b>Año 2027</b>
Utilidad Neta		58.563	68.834	81.830	96.442	100.642
+ Depreciaciones						
+ Amortizaciones		30.199	33.146	36.381	39.932	43.830
<b>Total, Entradas</b>		<b>88.761</b>	<b>101.981</b>	<b>118.212</b>	<b>136.374</b>	<b>144.472</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>						
Inversión Inicial	305.813					
Amortización de la Deuda		17.908	14.961	11.726	8.175	4.278
Reposición de Activos		0	0	0	0	0
<b>Total, Salidas</b>		<b>17.908</b>	<b>14.961</b>	<b>11.726</b>	<b>8.175</b>	<b>4.278</b>
Flujo de efectivo Neto	305.813	<b>70.853</b>	<b>87.020</b>	<b>106.486</b>	<b>128.199</b>	<b>140.194</b>

La tabla analiza el flujo de efectivo neto, por lo tanto, registra los valores de entrada y salida de dinero, la inversión inicial se la considera una salida, los resultados refleja que para el año 2023 tiene un flujo negativo, pero para los próximos años su flujo de efectivo es positivo.

### 3.15.12. Indicadores Financieros

**Tabla 80.** Indicadores Financieros

	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujo de Efectivo	-305.813	17.908	87.020	106.486	128.199	140.194
Saldo Actualizado WACC 9.13%		-215.311	73.074	81.942	90.400	90.592
Saldo Actualizado Acumulado		-215.311	-142.237	-60.295	30.105	120.697
Tasa WACC		0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
Suma de flujo de Efectivo VNA		352.374				
Inversión Inicial		305.813				
VAN		46.561				
TIR		14%				
Periodo de Recuperación		3,8				
Costo Beneficio		1,1522535				

Finalmente se obtiene los indicadores financieros del proyecto, sus resultados son positivos porque tiene un VAN de 46.561,10 USD, al ser positivo su valor representa factibilidad del proyecto, el TIR es de 14%, es decir si el valor de la inversión inicial se emplea en un banco a ganar un interés, este no supera del 8% el cual paga los banco por depositar toda esa cantidad de dinero a plazo fijo, la tasa que otorga el proyecto es superior a la de un banco por lo cual representa una factibilidad para su ejecución, el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 3.8 años y el costo beneficio se refiere al valor que se obtiene como rentabilidad por cada unidad producida, es decir que por cada dólar invertido se recupera su capital con una ganancia de \$0,15 centavos de dólar; por consiguiente, se recupera el costo que se invirtió y aparte de ellos se está obteniendo una ganancia adicional que es lo que hace posible el giro de la actividad comercial.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

#### **Resultados de la entrevista aplicada al presidente de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya.**

Con respecto a la entrevista realizada, el presidente de la asociación Noe Intriago manifiesta que la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya nace por la necesidad de comercializar, realizar la plantación del maracuyá para producir, realizar la transformación del extracto de la pulpa de fruta y conseguir la materia prima de calidad, es por ello por lo que nace la asociación y de tal manera que acoja a todos los productores de la zona de San Vicente.

Entre las personas que constituyen la asociación de productores orgánicos Maracuyá y papaya son socios calificados los cuales son cuarenta y siete socios ya que participan activamente en las actividades que son realizadas en la asociación.

El presidente de la asociación manifiesta que la situación actual de la producción del maracuyá en Manabí es baja debido a la sobreproducción en las provincias donde se produce el maracuyá como Esmeraldas, Guayaquil, Manabí, se baja el índice de precios.

Dentro de las zonas que hay mayor cultivo son Esmeraldas lo que es la concordia, Santo Domingo, El Carmen, 10 de agosto, Vicente Rocafuerte, Asociación Sucre. Las cuales son las zonas donde más se cultiva el maracuyá y cuando hay sobreproducción hay una pérdida en ventas del producto.

Dentro del funcionamiento de la asociación de productores Orgánicos Maracuyá y papaya funciona con un presidente (gerente general), contador, tramitador de comercio exterior, las cuales manifiesta el presidente Noe Intriago.

Dentro de la asociación solo se cultivan el maracuyá por la gran parte de productores, y papaya por ciertas cantidades, y del mismo modo hubo decadencias, es por ello por lo que el maracuyá permanece 1 año y medio, esto sucede debido a las plagas, que les en la planta, ya que esto ocurrió Colombia que el cultivo vaya desapareciendo.

El presidente dice que dentro del proceso productivo para la realización de la pulpa de maracuyá se procede a sacar el extracto que es lo más importante, filtrar, utilizar pasteurizado, envases para el almacenamiento del producto. Según el proceso de

realización de la pulpa de maracuyá, ya se encuentra en procesamiento porque se está haciendo un contrato con todos los socios, ya que el producto no se recibe toda la semana, y el capital de ellos va a estar dentro de la empresa.

Dentro de la distribución de los productos el productor vende directamente, ya que solamente están entregando directamente al comprador, sea el intermediario. No llegan a la fábrica debido a que es más costoso la distribución y no hay ganancias para los productores.

Dentro de las temporadas del cultivo, se puso a veintiocho para un exceso de cultivo, ahorita, estaríamos por algunos. No le puedo decir porqué y hay sobre cultivo ya que se tendría que actualizarme en el Banco Nacional de fomento. Pero estábamos hablando que había un crédito de cinco millones de dólares solamente para maracuyá. Por lo que no sabía cuántas hectáreas sembraron ahí, entonces calculábamos unas mil quinientas hectáreas, Podría haber una cuatro mil a cinco mil hectáreas de cultivo y ya sembrado.

Para el cultivo son los fertilizantes y para la producción de la pulpa es necesariamente el fruto del maracuyá ya que es un producto 100% natural.

El costo de producción aproximado de la pulpa de maracuyá sería más o menos 280 por el kilo debido a que el kilo de maracuyá está a 22 por la sobreproducción que existe del maracuyá en las zonas costeras del Ecuador.

La Asociación de productores orgánicos Maracuyá no cuenta con certificación de calidad porque se terminaron los trámites, debido a que tuvieron problemas con el Ministerio de agricultura y de asistencia técnica por lo tanto necesitarían tener control de calidad.

Dentro de los convenios que se ha hecho, una planificación estratégica, no ha dado resultados. Nunca se la ha llevado a un plano para hacerlo. Es decir, ni juntas parroquiales, ni alcaldía, ni prefecturas Ministerio de Agricultura, ni la misma empresa no se ha conseguido convenios para realizar exportación.

Manifiesta el señor Noe que si conoce los procesos de comercialización a los mercados internacionales ya que en los Estados Unidos casi no sale el mismo costo de se vende aquí se vende allá y las normas son más exigentes para ingresar, pero en pulpa, ya en fruta fresca es mejor venderla así, pero en poca cantidad debido a que es más conveniente mandarla allá.

Las expectativas de venta de la pulpa de maracuyá en el mercado extranjero no son muy inconvenientes debido a que el Ecuador no tiene convenio con empresas



pequeñas o asociaciones, ya que solamente lo maneja a lo grande como un monopolio y ellos entraríamos a pelear con un monopolio donde ellos ya tienen experiencia en el mercado internacional y sería una desventaja para nosotros.

Dentro de su infraestructura poseen un terreno de 250m<sup>2</sup> ya que lo están usando para la recepción de la fruta y para el procesamiento de la pulpa de maracuyá

En la asociación no es posible financiar lo que es la producción, es decir para el envase del producto es posible que se utilice el vidrio, el vidrio es un poquito caro.

Pero al empezar se utilizaría bolsas de polipropileno de 500g ya que es un poco más resistente y su vida útil es de 180 días.

### Resultados del cuestionario aplicado a los consumidores del mercado destino.

#### 1. ¿Consume fruta dentro de su dieta diaria?

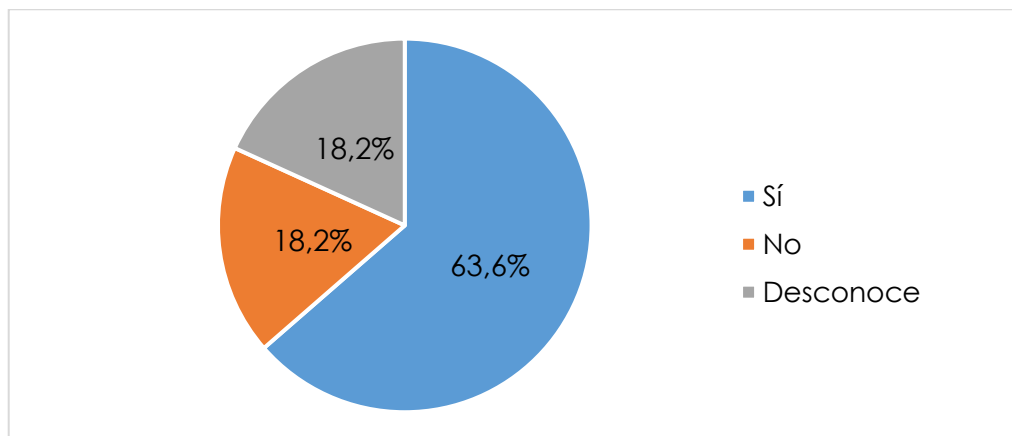
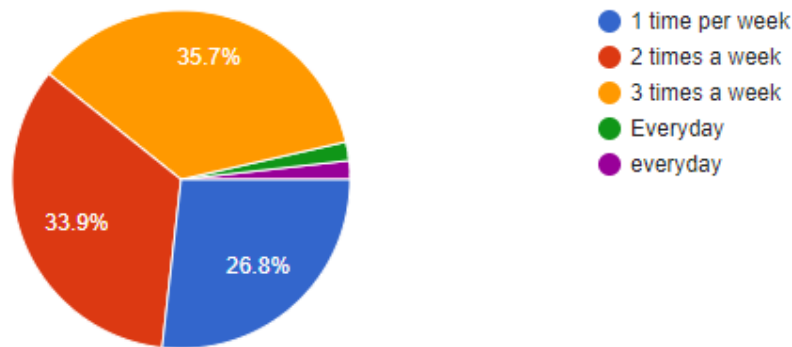


Figura 30. Consumo de fruta diariamente

#### Análisis

La importancia de conocer el consumo de frutas ayuda a establecer si existe la posibilidad de efectuar una comercialización, donde se determina los gustos, necesidades y deseos que tienen los habitantes de Miami para consumir un producto a base de fruta, dicho conocimiento permite establecer la satisfacción que puede lograr el consumo de pulpa de maracuyá en el mercado, enfocando así el segmento adecuado para aprovechar las oportunidades comerciales que desea la asociación. Los resultados fueron favorables, se obtuvo que el 63,6% de los habitantes consumen frutas, lo que da por entendido que la exportación del producto tendrá una gran demanda que generará rentabilidad.

## 2. ¿Con que frecuencia consume fruta?

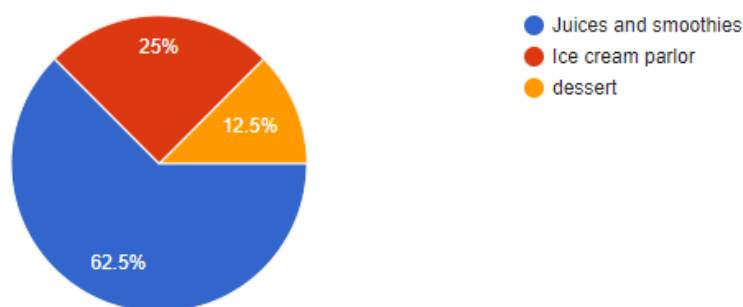


**Figura 31.** Frecuencia de consumo de fruta

### Análisis

La frecuencia de consumo de frutas, influye de manera importante en la satisfacción del consumidor, ya que mientras mayor sea la frecuencia, mayor será la demanda de la pulpa de maracuyá, por otro lado, esta variable facilita la segmentación, determina la lealtad que tiene el mercado hacia el producto, donde el 35,7% de las personas afirman consumir frutas tres veces por semana, el 33,9% dos veces por semana y el 26,8% una vez por semana, y como respuesta abierta el 3,6 lo consumen todos los días, obteniendo un consumo promedio de 8 veces al mes, lo que representa un aceptable nivel de consumo.

## 3. ¿Cómo usted consume la pulpa de fruta?

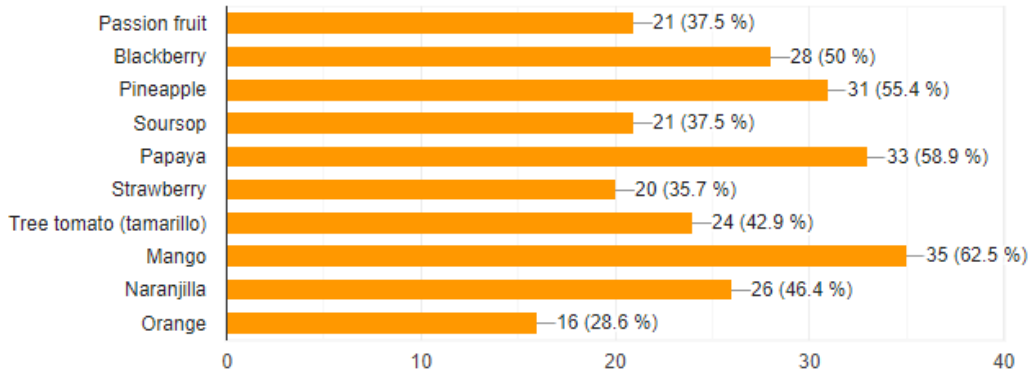


**Figura 32.** Consumo de pulpa de frutas

### Análisis

El 62,5% de la población encuestada prefiere consumir la pulpa de manera de jugos o batidos debido a que esta forma de consumo es alta en comparación a los otros usos y se asemeja con la información que antecede, el 25% lo usa en heladería y el 12,5% para cocteles.

**4. Dentro de las siguientes frutas, ¿Cuáles son las que más consume como pulpa? seleccione 5 opciones.**

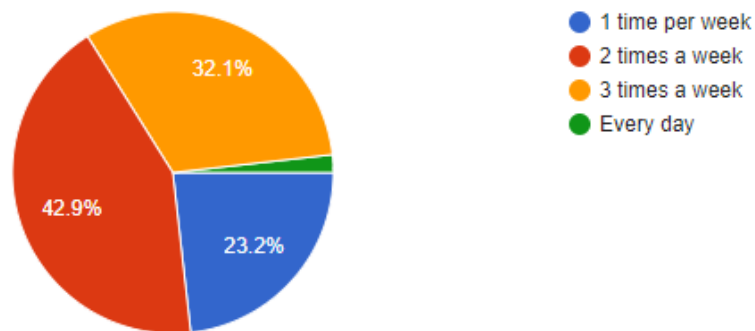


**Figura 33.** Consumo de pulpas de frutas

**Análisis**

Las frutas que más consumen las personas de Florida es el mango que representa el 62.5%, seguido por la papaya en un 58.9%, seguido de piña representado por el 55,4% siguiendo por la mora con el 50%, siendo los sabores que los encuestados comúnmente prefieren a la hora de comprar pulpa. El 37,5% representa el consumo del maracuyá lo cual es gran ventaja para la exportación de este producto.

**5. ¿Con que frecuencia consume pulpa fruta?**



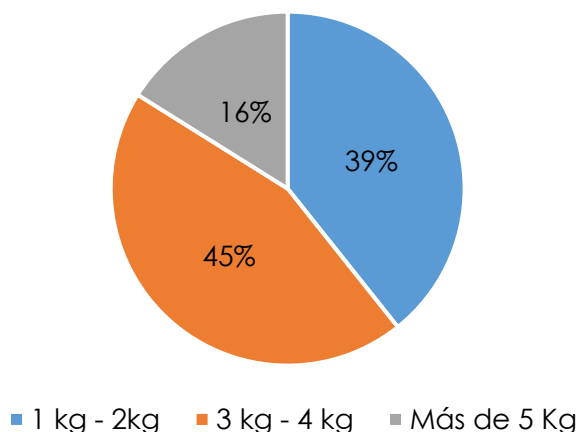
**Figura 34.** Frecuencia de consumo de pulpa de fruta

**Análisis**

La pulpa es uno de los alimentos que más se consumen en Miami, debido a que es un producto natural y la mayor parte de la población lo consumen, el 42,9% de la población encuestada afirma consumir dos veces por semana, el porcentaje de personas que lo compran una tres veces a la semana es 32,1%, y el 23,2% de la población lo consumen 1 vez a la semana, lo que significa que al existir mayor

frecuencia de consumo se logrará mayor satisfacción de los consumidores, además el procesamiento de pulpa presenta una oportunidad para analizar y comprender su comportamiento, debido a nuevos estilos de vida que conllevan a nuevas tendencias de consumo.

**6. ¿Qué cantidad, (en Kilogramos), consume pulpa de fruta al mes?**

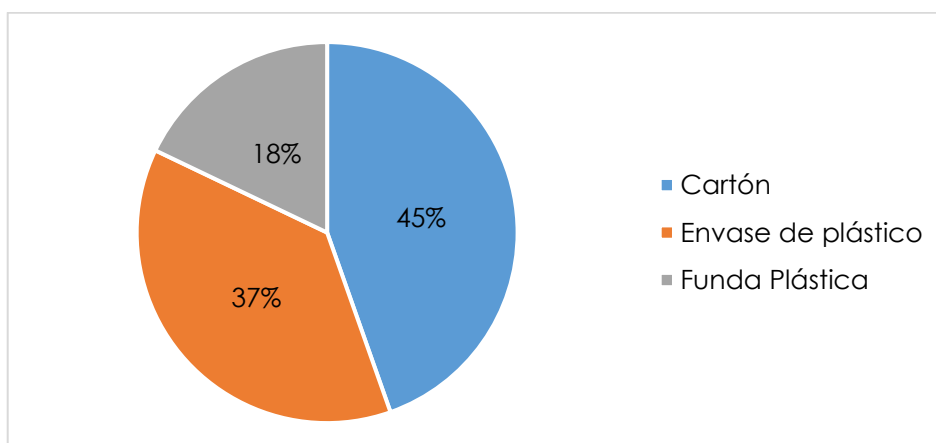


**Figura 35.** Cantidad de consumo

**Análisis**

El consumo en kilogramos del producto es un indicador determinante que analiza de manera más detallada el comportamiento de consumo, siendo de tres a cuatro kg la cantidad promedio mensual que incluyen en su dieta alimenticia, esta información nos resulta valiosa para poder conocer la situación actual de consumo de la pulpa de maracuyá.

**7. ¿En qué presentación le gustaría adquirir la pulpa de fruta?**



**Figura 36.** Presentación de adquisición del producto

## Análisis

El 45% de los encuestados prefiere un tipo de empaque de cartón o Tetrapak, ya que debido a que la mayoría de los productos en países bajos se los adquiere en este tipo de presentación, con el 37% la población prefiere envase de plástico debido a que se puede observar las características organolépticas de la pulpa, como el color, textura, apariencia con lo que el posible consumidor ~~pueda~~ evaluar la calidad del producto. Por lo tanto, el empaque permite tener una mejor manipulación para su posterior almacenamiento y traslado al mercado destino.

### 8. Usualmente, ¿En qué lugar compra la pulpa de fruta que consume?

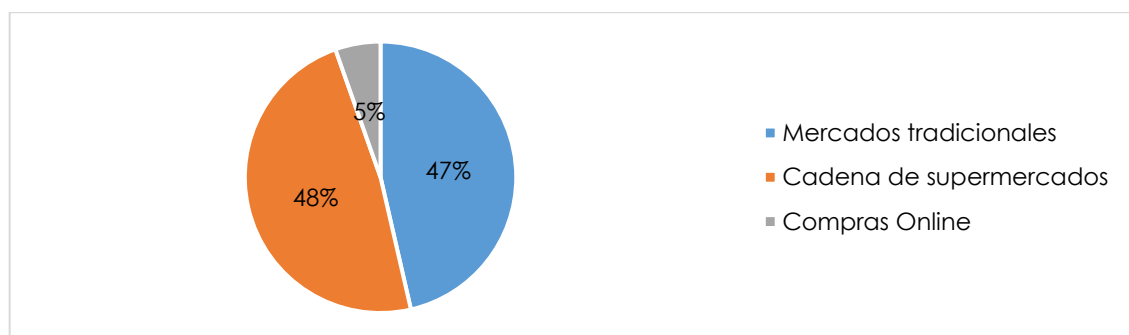


Figura 37. Lugares de compra

## Análisis

Conocer el lugar de compra de la pulpa de maracuyá es importante dentro de la presente investigación, pues mediante ello, se tiene conocimiento de donde los consumidores prefieren adquirir el producto. Los resultados obtenidos de las encuestas determinan que el 37,85% decide adquirir el producto en cadenas de supermercados, un 35,76% en supermercados locales y un 26,39% lo prefiere por medio de compras online.

### 9. Para las siguientes presentaciones, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por la pulpa de fruta?

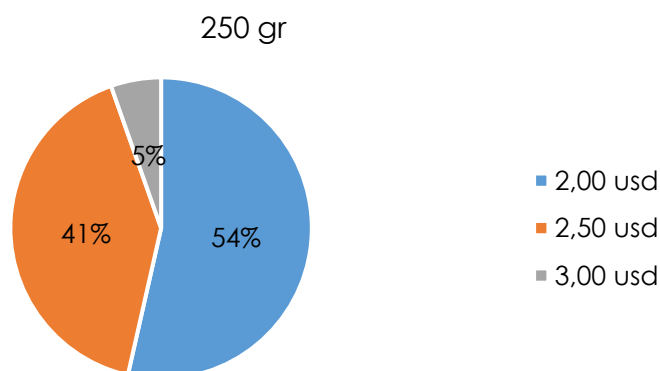
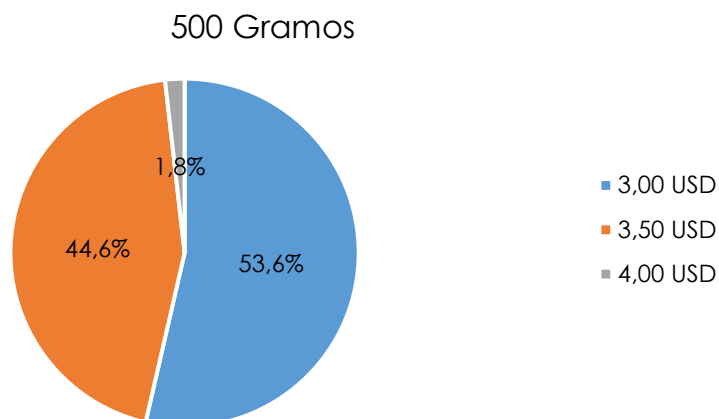


Figura 38. Precio presentación 250 Gr

### Análisis

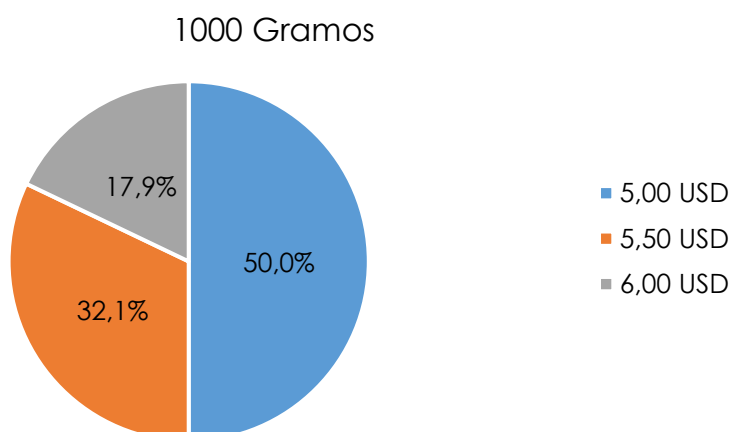
Para la presentación de 250 gramos los consumidores de Miami han optado por pagar \$2,00 dólares con un porcentaje del 54% que es el porcentaje más alto, seguido por el 41% con \$2,50 dólares y con un 5% por la \$3,00 dólares.



**Figura 39.** Precio presentación 500 Gr

### Análisis

Para la presentación de 500 gramos los consumidores de Miami han optado por pagar \$3,00 dólares con un porcentaje del 53,6% que es el porcentaje más alto, seguido por el 44,6% con un valor a pagar de \$3,50 dólares y con un 1,8% por la \$ 4,00 dólares.

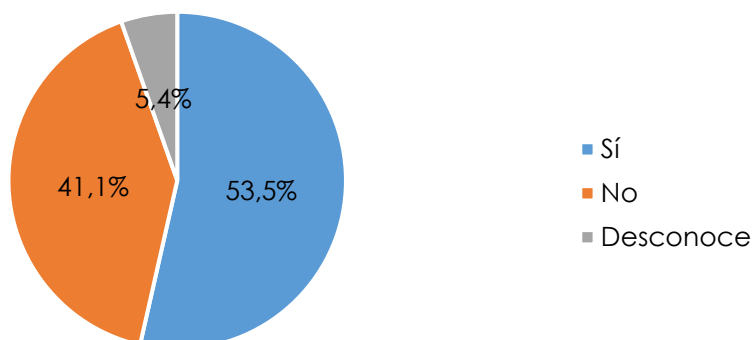


**Figura 40.** Precio presentación 1000 Gr

### Análisis

Para la presentación de 1000 gramos los consumidores de Miami han optado por pagar \$5,00 dólares con un porcentaje del 50% que es el porcentaje más alto, seguido por el 32,1% con un valor a pagar de \$5,50 dólares y con un 17,9% por \$ 6,00 dólares.

#### 10. ¿Ha consumido pulpa de maracuyá?

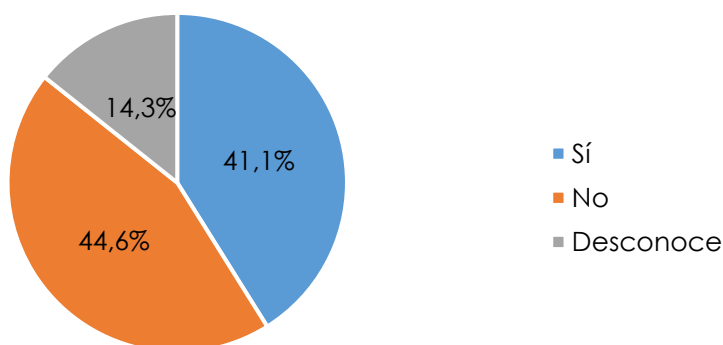


**Figura 41.** Consumo de pulpa de fruta

#### **Análisis**

El 53,5% de los encuestados respondieron que sí han consumido pulpa de maracuyá ya que en Miami es una fruta exótica, el 41,1% de la población menciona que no han consumido pulpa de fruta y el 5,5% desconoce, esto brinda información ya que nos permite conocer los gustos y preferencias de los consumidores del mercado objetivo.

#### 11. ¿Conoce el valor nutritivo que el maracuyá le puede brindar ya sea en estado natural, jugo o pulpa



**Figura 42.** Conocimiento de valor nutricional del maracuyá

#### **Análisis**

El 44,6% de los encuestados afirman desconocer los beneficios de la fruta, esto se debe a que la fruta en el mercado tiene poca difusión de sus propiedades, donde el maracuyá los consumidores la compran por otras características propias de la fruta como olor, sabor, textura, usualmente la fruta es comprada en estado natural.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Con el desarrollo de la presente investigación se obtuvieron resultados de gran importancia que ayudaron a determinar la comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de Productores orgánicos Maracuyá y Papaya ubicada en la provincia de Manabí Parroquia de Canoa.

A lo largo de la investigación se han ido desarrollando y tomando en consideración los objetivos planteados que han permitido dar alcance a las diferentes etapas del proyecto, proporcionando de esta manera lo siguiente.

El primer objetivo específico es fundamentar bibliográficamente la comercialización de pulpa de maracuyá y mercados internacionales, esto se llevó a cabo mediante información relevante que se obtuvo de fuentes primarias como la encuesta realizada a los consumidores y la entrevista ejecutada al representante de la Asociación de estudio. Así mismo se tomó en cuenta fuentes secundarias es decir páginas web, informes finales, artículos científicos, entre otros. Estableciendo que en la asociación ASOPAOMAPA conforman 46 productores que se dedican al cultivo de varios productos en especial al cultivo del maracuyá. De igual manera luego de analizar los resultados con la información obtenida para el desarrollo de la investigación se tiene que "ASOMAOMAPA" se dedica a la producción y comercialización de pulpa de maracuyá. Sin embargo, dentro de la asociación existen productores que se dedican al cultivo de otras frutas, y una de ellas es la papaya, como indica en el nombre de la asociación; Ecuador no está en posibilidad exportar la papaya tanto como fruto como producto elaborado por problemas fitosanitarios, y al ser un producto sumamente delicado, no es factible realizarlo, adicional hay que para poder ingresar al mercado se debe tener un empaque adecuado que cumpla con las normas de la FDA. Cabe recalcar que la Asociación de estudio, se ha interesado en mantener su producción con valor agregado del maracuyá, en donde el cliente sea el beneficiado por encontrar productos saludables y listos para consumirse, Por lo general, sostienen también que la transformación del maracuyá es una buena alternativa para exportar porque en determinados países demandan productos fáciles de preparar por motivos como el tiempo y porque contiene un excelente potencial nutricional. Además de que a través de estas alternativas se puede generar competitividad y sobre todo se da apertura a nuevas oportunidades que brindan mercados extranjeros. El segundo objetivo específico es determinar la oferta y demanda de la pulpa de maracuyá a



mercados internacionales y se dio cumplimiento mediante el análisis de fuentes como Trade Map, Santander Trade y Guía de Agrocalidad, en donde se pudo detallar a los principales importadores y exportadores de la pulpa de maracuyá.

Además, se llegó a seleccionar tres países que son: Estados Unidos, China y Alemania a los cuales se les realizó el respectivo análisis situacional externo generando resultados a través de la Matriz POAM que Estados Unidos es el país favorable para la comercialización del producto en estudio. Debido a que le favorecieron determinados factores como los socioeconómicos presentando un alto nivel adquisitivo, además de que es una de las naciones más ricas del mundo y el factor político porque mantiene acuerdos comerciales favorables con Ecuador, obteniendo de esta manera una ponderación de 1.88 superior al de los demás países estudiados. Juntamente con el respectivo análisis de la segmentación de mercado se pudo determinar que la ciudad de Miami - Florida, es el punto específico para la respectiva exportación. Puesto que esta población prefiere el consumo de sabores exquisitos, además de que demandan productos de fácil preparación para economizar tiempo por el acelerado nivel de vida que llevan, y sobre todo para tener mayor porcentaje nutricional, en vista de que el bienestar es uno de los factores clave. Cabe mencionar que los consumidores estadounidenses buscan productos novedosos de calidad y a precios accesibles. El tercer objetivo es realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de la pulpa de maracuyá desde la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya (ASOPAOMAPA) a los mercados internacionales. Para el cumplimiento del presente objetivo se analizó el proceso de exportación, la producción, el diseño del producto, envase y embalaje con la finalidad de que el producto en estudio posea calidad, con un precio accesible y competitivo frente a los demás mercados. Cabe mencionar que uno de los aspectos del estudio de mercado antes mencionado contiene vacíos en cuanto a estudios técnicos, ya que en la presente investigación se analiza los requerimientos para exportar pulpa de maracuyá hacia los Estados Unidos, entre los resultados más destacados se hace énfasis en la presentación del producto porque en cierta parte de ello depende el ingreso a este mercado. Puesto que según la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) para poder exportar el producto es necesario y obligatorio seguir todos los requerimientos que exige la presente entidad, en vista de que son quienes salvaguardan la salud de los posibles consumidores a través de la información exacta, no engañosa tanto en el empaque y etiquetado. Es por ello, que

conlleve a garantizar la seguridad alimentaria de los clientes finales para que estén conformes con los productos que adquieren. Tomando siempre en cuenta los factores como la innovación constante y dinámica con la finalidad de competir frente a otras organizaciones. Finalmente se realizó el estudio económico donde se detalla como resultado que la investigación es rentable en vista de que se tiene una Tasa Interna de Retorno del 14% superior a la tasa de descuento y un Valor Actual Neto de \$ 46.561,11 dólares. Así mismo se puede apreciar que el costo beneficio es de \$1,15 dólares lo que quiere decir que por cada dólar invertido se gana \$0,15 centavos de dólar y tiene un periodo de recuperación de 3 años 8 meses.

Mediante la investigación realizada se está contribuyendo a la Asociación "ASOPAOMAPA" porque les permite tener una visión clara de cuáles son los principales mercados potenciales y reales a los cuales se puede comercializar la pulpa de maracuyá. Además, se pone énfasis en los requisitos que se necesita y en los acuerdos comerciales de cada uno de los países en estudio, con la finalidad de conocer si se tiene o no restricciones para el ingreso del producto que se va a comercializar.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

- A través del análisis del análisis POAM, se estableció las alternativas de mercados internacionales para la exportación de pulpa de maracuyá, estableciendo como posibles mercados objetivos a Estados Unidos, China y Alemania.
- Con el desarrollo del estudio se pudo determinar la segmentación de mercado adecuado para la exportación de la pulpa de maracuyá es el estado de florida, ya que es una de las principales ciudades de Estados Unidos que demanda productos sanos, 100% naturales y orgánicos como la pulpa de frutas, y al mismo tiempo, es fácil para el consumidor para preparar los jugos.
- El método de ingreso al mercado de Florida es a través de la exportación indirecta debido a que está empezando a entrar en el mercado internacional. El método va desde el fabricante, mayoristas, minoristas y consumidor final, con el propósito de que la pulpa de maracuyá sea aceptada en el mercado objetivo.
- Para la exportación de la pulpa de maracuyá al mercado estadounidense se toma en cuenta el transporte marítimo, debido a su accesibilidad y costos a comparación de otros modos de transporte y el término de negociación fue Libre a Bordo (FOB), donde la asociación ASOPAOMAPA se encarga principalmente de la fabricación, empaque, seguro y transporte del producto hasta el Puerto de Guayaquil. Una vez entregado los documentos y puesto la mercancía a bordo terminan con sus responsabilidades y riesgos, donde a partir de ese punto las responsabilidades y pasaran las responsabilidades a cargo del comprador.
- La pulpa de maracuyá es considerada un producto saludable ya que es 100% orgánico que pretende comercializar en Estados Unidos, en la ciudad de Florida, donde su precio unitario es de 3.05\$.
- Se logró determinar la factibilidad y rentabilidad a través del estudio económico financiero que el proyecto es viable porque establece indicadores económicos favorables, presentando un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 46.561,10 dólares y una

Tasa Interna de Retorno (TIR) de 14% con un periodo de recuperación de la inversión de 3 años 8 meses, del mismo modo dicha inversión tiene una tasa efectiva anual del 10.21% por una cantidad de USD 183.488,00 que corresponde al 60% de la inversión por medio de la institución financiera BanEcuador para la exportación de la pupa de maracuyá y el 40% proviene a una inversión propia de la asociación de productores maracuyá y papaya.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- La Asociación de productores orgánicos al desempeñar dos funciones importantes como proveedor de la materia prima y productor de la pulpa de maracuyá, debe asociarse con otros productores de maracuyá para cubrir en una mayor parte la demanda insatisfecha del mercado de Florida a fin de garantizar la ejecución del proyecto.
- Al exportar pulpa de maracuyá, las asociaciones deben considerar tanto los requisitos de etiquetado como de empaque que exige el mercado estadounidense para que pueda ser distribuido en el mercado estadounidense.
- Se recomienda a la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya utilizar la presente investigación como una guía para identificar y aprovechar oportunidades comerciales para la pulpa de maracuyá en nuevos mercados y a su vez que permitan aumentar la rentabilidad e incentivar a los socios a ampliar su producción.
- Se recomienda a la Asociación cumplir con los requerimientos y normativas exigidos por los mercados internacionales como etiquetado, registro sanitario para garantizar que el producto sea de calidad y tenga una buena aceptación en el mercado y logre ser comercializada en el mercado internacional.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (Noviembre de 2017). Canales de Distribución. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- Agencia Nacional de Regulación, C. y. (Junio de 2014). REGLAMENTO SANITARIO DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS PROCESADOS PARA EL CONSUMO HUMANO. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/REGLAMENTO-SANITARIO-DE-ETIQUETADO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-PARA-EL-CONSUMO-HUMANO-junio-2014.pdf>
- Arias, E., López, M., & Ponce, S. (Diciembre de 2019). Análisis de los flujos comerciales de maracuyá (fruta fresca y derivados) con incidencia. Obtenido de Revista Observatorio de la Economía: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/12/flujos-comerciales-maracuya.pdf>
- Banco Mundial. (12 de Agosto de 2021). Puntuación en la facilidad para hacer negocios. Obtenido de <https://espanol.doingbusiness.org/es/data/doing-business-score>
- Banco Mundial. (21 de Abril de 2023). Índice de desempeño logístico. Obtenido de [https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/2023-04/LPI\\_Press\\_release\\_Spanish.pdf](https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/2023-04/LPI_Press_release_Spanish.pdf)
- Bezerra, J. (2021). Globalización: qué es, características, ventajas y desventajas. Toda Materia. Obtenido de <https://www.todamateria.com/globalizacion/>
- CEPAL. (Abril de 2019). Estructura por edad. Obtenido de [https://celade.cepal.org/redatam/pryesp/cairo/WebHelp/Metalatina/estructura\\_por\\_edad.htm](https://celade.cepal.org/redatam/pryesp/cairo/WebHelp/Metalatina/estructura_por_edad.htm)
- Cerem Global Business School. (2023). Mercados internacionales: características y beneficios. Obtenido de <https://www.cerem.pe/blog/mercados-internacionales-en-que-consiste-y-cuales-son-sus-caracteristicas>
- CESCE. (12 de Agosto de 2021). Riesgo País. Obtenido de <https://www.cesce.es/es/riesgo-pais>

- Chacón, F. (12 de Agosto de 2021). Índice de Competitividad Global. Obtenido de <https://odd.ucr.ac.cr/indice-de-competitividad-global/>
- DELSOL. (12 de Agosto de 2021). Balanza Comercial. Obtenido de <https://www.sdelsol.com/glosario/balanza-comercial/>
- EFXTO. (2020). Tipo de Cambio . Obtenido de <https://efxto.com/diccionario/tipo-de-cambio>
- FAO. (25 de Mayo de 2022). ESTADOS UNIDOS. Obtenido de <https://www.fao.org/3/y1669s/y1669s0g.htm>
- Forero, T. (2021). Conoce el valor de las estrategias de diversificación para las empresas y cuáles puedes implantar en la tuya. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-diversificacion/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20diversificaci%C3%B3n%20empresarial,para%20expandirse%20en%20nuevos%20mercados>.
- Fortún, M. (2022). Demanda global. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-global.html#:~:text=La%20demanda%20global%20es%20el,un%20periodo%20de%20tiempo%20determinado>.
- Galán, J. S. (2020). Acuerdo comercial. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/acuerdo-comercial.html>
- Hernández, Fernandez, & Baptista. (2014). Investigación cuantitativa, cualitativa y mixta. Obtenido de <https://recursos.uco.mx/tesis/investigacion.php>
- Hernandez, S. (14 de Julio de 2010). Población y Muestra. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Lectura/maestria/documentos/LECT86.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT86.pdf)
- Jain, N. (1 de Junio de 2019). Introducción a las barreras comerciales. Obtenido de <https://www.semanticscholar.org/paper/Introduction-to-trade-barriers-Jain/ec517e5f90b04b9a65ab59138beb87a2b7c6139a>
- López, J. (1 de Diciembre de 2018). Comercio Internacional. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- López, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Narvaez, M. (2022). Oportunidades de mercado: Qué son y cómo aprovecharlas. Obtenido de



## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	CASTILLO AYALA STEFANY LICETH	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1726275272
PERIODO ACADÉMICO:	2023B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	PHD. JAIME MORENO VALLEJO	DOCENTE TUTOR:	MSC. GERARDO MERA RODRIGUEZ
DOCENTE:	PHD. GUSTAVO TERÁN ROSERO		
TEMA DEL TIC:	"Comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí a los Mercados Internacionales"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	9,33	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9,33	Establecer la estructura de entrevista para visibilizar más la investigación. Fortalecer marco conceptual para analizar y comprender cómo la economía asociativa puede influir positivamente en la exportación de maracuyá y papaya, promoviendo la cooperación, la calidad, la innovación, la sostenibilidad y la competitividad de los productores en el mercado internacional. Es importante adaptar y contextualizar estos conceptos teóricos a la realidad específica de los productores y las condiciones del mercado en el que operan. Teoría de la Economía Asociativa.
3	METODOLOGÍA	9,33	Establecer la demanda insatisfecha e indicar valores de impacto en la comercialización. Aclarar los indicadores de oferta y de la demanda insatisfecha de maracuyá y papaya en el mercado internacional, es necesario analizar detalladamente los indicadores de oferta y demanda.
4	RESULTADOS	9,33	
5	DISCUSIÓN	9,33	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	9,33	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	9,33	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,33	Mejorar en todo el documento la redacción debe ser más clara y se debe corregir ortográficamente.

Obteniendo una nota de: 9,33 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 25 de marzo de 2024

PHD. JAIME MORENO VALLEJO  
PRESIDENTE TRIBUNAL

MSC. GERARDO MERA RODRIGUEZ  
DOCENTE TUTOR

PHD. GUSTAVO TERÁN ROSERO  
DOCENTE



**Anexo 2.** Certificado del abstract por parte de idiomas



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Stefany Liceth Castillo Ayala				
<b>DATE:</b> 19 de febrero de 2024				
"Comercialización de la pulpa de maracuyá de la asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya ASOPAOMAPA a los mercados internacionales"				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		<b>TOTAL 9</b>	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL  
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE  
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Stefany Liceth Castillo Ayala

**Fecha de recepción del abstract:** 19 de febrero de 2024

**Fecha de entrega del informe:** 19 de febrero de 2024

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

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

**Observaciones:**

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

Atentamente



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN

**Anexo 3.** Formulario 1 – Entrevista dirigida al presidente de la Asociación)

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y  
ECONOMÍA EMPRESARIAL

**COMERCIO EXTERIOR**

**Objetivo:** Realizar un de mercado para identificar los mercados óptimos y la oferta de la pulpa de maracuyá para su comercialización desde la Asociación de Productores Orgánicos de maracuyá y papaya, con el fin de poder recabar información y utilizarla para fines académicos.

1. ¿Cómo nace la Asociación de productores Orgánicos Maracuyá y Papaya?

.....  
.....

2. ¿Cuántas personas constituyen la asociación de productores orgánicos Maracuyá y Papaya?

.....  
.....

3. ¿Cuál es la condición actual de la producción del maracuyá en la provincia de Manabí?

.....  
.....

4. ¿Cuáles son las zonas en las que se identifica mayor cultivo del maracuyá en el Ecuador?

.....  
.....

5. ¿Cuál es la estructura corporativa de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya?

.....  
.....

6. ¿Qué otras frutas cultivan en la Asociación, aparte del maracuyá?

.....  
.....

7. ¿Cuál es el proceso utilizado para la realización de la pulpa de maracuyá?

.....  
.....

8. ¿Qué medio utiliza para la distribución de sus productos, es decir se realiza de forma indirecta o directa?

.....  
.....

9. ¿Cuál ha sido la producción mínima y máxima de maracuyá que ha tenido por hectárea?

.....  
.....

10. ¿Cuántas hectáreas de maracuyá se siembra por temporada y cada cuanto se las cosecha?

.....  
.....

11. Aproximadamente que utilidad a obtener mediante la comercialización de la pulpa de maracuyá.

.....  
.....

12. ¿Cuáles son los insumos que se necesita para el cultivo y realización de la pulpa de maracuyá?

.....  
.....

13. ¿Cuál sería el costo de producción de la pulpa de maracuyá?

.....  
.....

14. ¿La asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya cuenta con certificaciones de calidad para su producto?

.....  
.....

15. ¿Existe ayuda por parte de instituciones públicas o privadas para el cultivo y la producción de la pulpa de maracuyá?

.....  
.....

16. ¿De dónde proviene el fondo económico para la materia prima de su producción?

.....  
.....

17. ¿Usted conoce acerca de los procesos de comercialización de la pulpa de maracuyá en el mercado internacional?

.....  
.....

18. ¿Cuáles son sus expectativas de venta de la pulpa de maracuyá en el mercado internacional? ¿Cuál son las probabilidades para que pueda exportar el producto?

.....  
.....

19. ¿Cómo está conformada la infraestructura que posee la asociación para producir la pulpa de maracuyá?

.....  
.....

20. ¿Usted ya dispone del sistema de empaquetado para la pulpa de maracuyá?

.....  
.....

**Anexo 4.** Formulario 2 Encuesta dirigida a los consumidores de Estados Unidos

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y  
ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**COMERCIO EXTERIOR**

**Tema:** Comercialización de la pulpa de maracuyá de la Asociación de Productores Orgánicos de maracuyá y papaya ASOPAOMAPA de la provincia de Manabí y los Mercados Internacionales

Reciba un cordial saludo, la presente encuesta es realizada con el fin de recabar información de los gustos y preferencias acerca del consumo de la pulpa de maracuyá, esta información será utilizada para fines académicos

**INDICACIONES**

Seleccione las respuestas que más se ajusten a sus gustos y preferencias

**DESARROLLO**

**Edad:**

**Género:**

F

M

**1. ¿Consume fruta dentro de su dieta?**

SI

NO

DESCONOCE

**2. ¿Con que frecuencia consume pulpa de fruta?**

1 vez por semana

2 veces por semana

3 veces por semana

Otro \_\_\_\_\_

**3. ¿Cómo usted consume la pulpa de fruta?**

Jugos y batidos

Heladería

Postres

Otros \_\_\_\_\_

**4. Dentro de las siguientes frutas, ¿Qué sabor de pulpa son los que usted consume?**

Mora

Piña

Guanábana

Papaya

Fresa

Manzana

Mango

Naranja

**5. ¿Qué cantidad, (en Kilogramos), consume pulpa de fruta al mes?**

1 kg – 2 Kg

3 kg - 4 Kg

Más de 5 Kg

**6. ¿En qué presentación (contenido en gramos), consume pulpa de fruta?**

250 gramos

500 gramos

1000 Gramos

**7. ¿Está dentro de sus sabores preferidos el Maracuyá? ¿Por qué?**

Sí

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**8. ¿En qué presentaciones le gustaría adquirir la pulpa de maracuyá? ¿Por qué?**

Cartón

Plástico

Vidrio

**9. Al momento de adquirir el producto ¿Cuál de las siguientes características influye más en su compra?**

La cantidad

Precio

Marca

Presentación del producto

Etiquetado

Publicidad Promoción

**10. Usualmente, ¿en qué lugar compra la pulpa de fruta que consume?**

Supermercados

Tiendas

Compra online

Otros (escriba su respuesta) \_\_\_\_\_

**11. ¿Para las siguientes presentaciones, cuánto estaría dispuesto a pagar por la pulpa de fruta?**

250 gr  2,00 USD  2,50 USD  3,00 USD

250 gr  3,50 USD  4,00 USD  4,50 USD

1000 gr  5,00 USD  5,50 USD  6,00 USD

**12. ¿Ha consumido pulpa de maracuyá? ¿Por qué?**

Si

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**13. Debido a que factor usted considera que no consume la pulpa de maracuyá, señale**

Difícil accesibilidad del producto

Costos



Escaso conocimiento del producto

Otro \_\_\_\_\_

**14. ¿Conoce el valor nutritivo que proporciona el maracuyá en estado natural, o pulpa?**

Si

No

## **Anexo 5.** Carta de Autorización por parte de la asociación



noeintriago@hotmail.com  
0981828035

### **CARTA DE AUTORIZACIÓN**

Manabí, 07 de Julio del 2021

Yo, Dávila Intriago Noe Eustedio, Presidente de la Asociación de productores orgánicos de Maracuyá y Papaya ASOPAOMAPA, con número de cédula 1301866537, dedicada a la producción de maracuyá y papaya, acuerdo ministerial 071, ubicada en la provincia de Manabí, Cantón San Vicente, Parroquia Canoa con teléfono 0981828035, autorizamos a la Srta. Castillo Ayala Stefany Liceth, identificado con la CI. 1726275272, que cuente con la información necesaria para el desarrollo de su proyecto de investigación.

Sin más por el momento, me despido de usted y quedo a sus órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto. Reciba un cordial saludo.

**ATENTAMENTE**



Dávila Intriago Noe Eustedio

Presidente de la Asociación de productores orgánicos de Maracuyá y Papaya

ASOPAOMAPA

CI 1301866537

Teléf.: 0981828035

Anexo 6. Oficio para asociación



## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

Quito, 12 de Julio de 2020

Sr. Eustedio Noe Intriago Dávila

### **PRESIDENTE DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES ORGANICOS DE MARACUYÁ Y PAPAYA ASOPAOMAPA**

Presente:

De mi consideración:

Yo Castillo Ayala Stefany Liceth, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, perteneciente a la carrera de Comercio Exterior de 7 nivel, solicito de manera comedida la aprobación para realizar una investigación sobre la asociación, que tiene como fin recolectar información y plantear varias soluciones para la misma, cabe recalcar que esta información será empleada para fines académicos, que aportará conocimientos al desarrollo de mi tesis.

Por la atención que se digne dar al presente, reciba mis agradecimientos.  
Atentamente:

Castillo Stefany  
Estudiante de la UPEC

Firma de presidente

1301 80653-7  
ASOPAOMAPA

## Anexo 7. Evidencia aplicación de encuesta y entrevista

**Stefany Castillo** lun, 11 sept 2023, 3:15 p.m. ☆  
Hola, muy buenas tardes mi nombre es Stefany Castillo, soy estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, el motivo de mi mensaje es solicitar su

**KLEBER RAFAEL FRANCO GUERRERO** <kfranco@produccion.gob.ec> mar, 12 sept 2023, 9:44 a.m. ☆ 😊 ↩ ⋮  
para mí ▾

Estimada Stefany,

Con todo gusto puede remitirnos las encuestas mencionadas.

Saludos cordiales,

Kleber Franco.

Commercial Attache  
Ecuador's Commercial Office in Miami

999 Ponce de Leon Blvd. Suite 530, Miami, FL 33134  
Phone: +1 (305) 677 8154  
Mobile: +1 (786) 820 8811  
[www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec)



**EL NUEVO  
ECUADOR**

**Ministerio de Producción,  
Comercio Exterior, Inversiones y Pesca**

📄 ⌚ 🗑️ ✉️ ⌚ 📧 📺 ⋮

**Stefany Castillo** <stefanyliceth1999@gmail.com> 12 sept 2023, 11:21 a.m. ☆ 😊 ↩ ⋮  
para KLEBER ▾

Estimado Kleber  
Buenos días,

Le envío el link de la encuesta, para que por favor me ayude distribuyendo, muchísimas gracias.





## COMERCIO EXTERIOR

### ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN

**Tema:** Comercialización de la pulpa de maracuyá de la Asociación de Productores Orgánicos de maracuyá y papaya (ASOPAOMAPA) de la provincia de Manabí y los Mercados Internacionales

**Objetivo:** Realizar un de mercado para identificar los mercados óptimos y la oferta de la pulpa de maracuyá para su comercialización desde la Asociación de Productores Orgánicos de maracuyá y papaya, con el fin de poder recabar información y utilizarla para fines académicos

1. ¿Cómo nace la Asociación de productores Orgánicos Maracuyá y Papaya?

La asociación de productores orgánicos nace por la necesidad de comercializar la plantación del maracuyá para producir y realizar la transformación del extracto de la pulpa de maracuyá y conseguir la materia prima de calidad.

2. ¿Cuántas personas constituyen la asociación de productores orgánicos Maracuyá y Papaya?

Constituyen los 46 socios calificados que activamente participan activamente en las actividades.

3. ¿Cuál es la condición actual de la producción del maracuyá en la provincia de Manabí?

Es baja debido a la sobreproducción de esta fruta ya que se produce en Esmeraldas, Guayaquil, Manabí, es por eso que baja los índices de precios.

4. ¿Cuáles son las zonas en las que se identifica mayor cultivo del maracuyá en el Ecuador?

La zona donde mayor cultivo hay son Esmeraldas, concordia, Santo Domingo, el Carmen, 10 de agosto, Vicente Rocaforte, Asociación Sucie. Las cuales son las zonas donde se cultiva el maracuyá y cuando hay sobreproducción hay pérdida en venta del producto.

5. ¿Cuál es la estructura corporativa de la Asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya?

Funciona con un presidente (gerente general), contador, tramitador de comercio exterior.

6. ¿Qué otras frutas cultivan en la Asociación, aparte del maracuyá?

Dentro de la asociación solo se cultiva el maracuyá por la gran parte de productores y papaya en ciertas cantidades, debido a la decadencia existente por plaga.

7. ¿Cuál es el proceso utilizado para la realización de la pulpa de maracuyá?

Se procede a sacar el extracto que es lo más importante, utilizar pasteurizado, envases para el almacenamiento del producto.

8. ¿Qué medio utiliza para la distribución de sus productos, es decir se realiza de forma indirecta o directa?

Dentro de la asociación de los productos, el producto se vende directamente ya que solamente están entregando directamente al comprador, sea el intermediario ya que no llegan a la fábrica debido a que es más costoso la distribución.

9. ¿Cuál ha sido la producción mínima y máxima de maracuyá que ha tenido por hectárea?

No hay exactamente un valor exacto como se manifestó anteriormente que existe sobreproducción en las zonas costeras.

10. ¿Cuántas hectáreas de maracuyá se siembra por temporada y cada cuanto se las cosecha?

No se sabe cuántas hectáreas se sembraron de tal modo que se calcula cuatro mil a cinco mil por hectárea.

11. Aproximadamente que utilidad espera a obtener mediante la comercialización de la pulpa de maracuyá.

el 10% de utilidad de los ventas hasta tener una posición en el mercado extranjero.

12. ¿Cuáles son los insumos que se necesita para el cultivo y realización de la pulpa de maracuyá?

los insumos necesarios son las semillas certificadas, fertilizantes, maquinaria, materia prima para la realización del proceso productivo.

13. ¿Cuál sería el costo de producción de la pulpa de maracuyá?

Aún no lo sabemos, tenemos que tomar en cuenta con la mano de obra e insumos para brindar un costo estimado.

14. ¿La asociación de productores orgánicos maracuyá y papaya cuenta con certificaciones de calidad para su producto?

No cuenta con certificaciones de calidad debido a los trámites necesarios para la obtención de los ministerios de agricultura y asistencia técnica.

• 15. ¿Existe ayuda por parte de instituciones públicas o privadas para el cultivo y la producción de la pulpa de maracuyá?

No existe ayuda ya que nunca se la ha llevado el plano de desarrollo.

• 16. ¿De dónde proviene el fondo económico para la materia prima de su producción?

Proviene de parte de cada uno de los productores que conforman la asociación.

• 17. ¿Usted conoce acerca de los procesos de comercialización de la pulpa de maracuyá en el mercado internacional?

Sí, ya que al realizar la venta a Estados Unidos así no sale el mismo costo de venta en Ecuador que allí, del mismo modo las normas son más exigentes para ingresar.

• 18. ¿Cuáles son sus expectativas de venta de la pulpa de maracuyá en el mercado internacional? ¿Cuál son las probabilidades para que pueda exportar el producto?

No existe o no son muy convenientes debido a que el Ecuador no tiene convenios con empresas pequeñas o asociaciones y es posible tener una desventaja para nosotros.

19. ¿Cómo está conformada la infraestructura que posee la asociación para producir la pulpa de maracuyá?

Poseen un terreno de 250 m<sup>2</sup> ya que lo están usando para la recepción de la fruta y para el procesamiento de la pulpa de maracuyá.

20. ¿Usted ya dispone del sistema de empaquetado para la pulpa de maracuyá?

No es posible financiar lo que respecta al empaquetado pero es posible que se utilice empaque de vidrio pero para empezar bunnis de polipropileno de 500 g.

