

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

“Oportunidades de Mercado en Francia y la Comercialización de pulpa
de guayaba desde Maldonado – Ecuador”

Trabajo de Titulación previo a la obtención
del título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Janneth Alexandra Reina Piarpuezán

ASESORA: Msc. Beatriz Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Janneth Alexandra Reina Piarpuezán con el número de cédula 040164151-9 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidad de Mercado en Francia para la Comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado - Ecuador”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Beatriz Realpe

Tulcán, 23 de Diciembre del 2015

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Janneth Alexandra Reina Piarpuezán con cédula de identidad número 040164151-9 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Janneth Reina

Tulcán, 23 de Diciembre del 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.

Yo Janneth Alexandra Reina Piarpuezán, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 23 de Diciembre del 2015

Janneth Alexandra Reina Piarpuezán
CI 040164151-9

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de tenerme con vida, por sus bendiciones día a día.

De igual forma a mis padres: Campos Regina y María Piarpuezán quienes con su apoyo incondicional y sus consejos sabios han sabido educarme, criarme con buenos hábitos, valores y principios para salir adelante.

A mi hijo quien me enseñó a madurar a temprana edad y hoy estoy culminando mi meta de ser una profesional siendo él, un apoyo incondicional para superarme día tras día.

*A todos mis familiares quienes me apoyaron incondicionalmente con sus sabios consejos
"Después de la tempestad viene la calma".*

A mis amigos Msc. Freddy Quinde e Ing. Denyse Benavides quienes me supieron brindar su apoyo y amistad incondicional, además de su ayuda para la culminación del trabajo de titulación.

Y en especial a mis lectores Msc. Edison Caza y la Msc. Verónica García, por su constancia, sus consejos, su enseñanza continua y su gran apoyo para culminar el Trabajo de Titulación, y a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por cada uno de los conocimientos impartidos por parte de cada uno de los docentes de esta institución durante cinco años de estudio.

DEDICATORIA.

El presente trabajo le dedico a Dios porque gracias a su bendición he tenido paciencia y constancia para culminar mis estudios.

A mis padres quienes fueron constantes con sus palabras de aliento día tras día y por su apoyo incondicional para culminar con mi meta de ser profesional,

A mi hijo por ser esa personita especial, el motor de mi vida y que gracias a su apoyo su sonrisa sus juegos hace que mi vida tenga sentido y que gracias a él mi vida cambio.

A todas aquellas personas que me apoyaron; familiares, docentes que a través de un consejo y ayuda formaron parte para la culminación de mi carrera profesional.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
INTRODUCCIÓN.....	xxiii
CAPITULO I.....	- 1 -
1. EL PROBLEMA.	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	- 2 -
1.3. DELIMITACIÓN.....	- 2 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.	- 3 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 4 -

1.5.1. Objetivo General.	- 4 -
1.5.2. Objetivos Específicos.	- 4 -
CAPITULO II	- 5 -
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	- 5 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.	- 5 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	- 8 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	- 13 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.	- 15 -
2.4.1. Oportunidades de mercado	- 16 -
2.4.2. Comercialización	- 18 -
2.5. IDEA A DEFENDER.	- 19 -
2.6. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.	- 19 -
CAPITULO III	- 21 -
3. MARCO METODOLÓGICO.	- 21 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.	- 21 -
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	- 21 -
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.	- 22 -
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.	- 23 -
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	- 24 -
3.6. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	- 26 -

3.6.1. Plan de recolección de información.....	- 26 -
3.7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	- 27 -
3.8. ANÁLISIS SITUACIONAL PARA SELECCIONAR LA MEJOR OPCIÓN DE MERCADO INTERNACIONAL.....	- 27 -
3.8.1. Factores políticos	- 27 -
3.8.2. Factores económicos	- 33 -
3.8.3. Factor social	- 40 -
3.8.4. Factores tecnológicos	- 41 -
3.9. Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).	- 42 -
3.9.1. Análisis Externo: Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM).....	- 45 -
3.10. ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR	- 46 -
3.10.1. Factor Político	- 47 -
3.10.2. Factor Económico	- 48 -
3.10.3. Factor Social	- 50 -
3.10.4. Factor Tecnológico	- 52 -
3.11. ANÁLISIS DEL MERCADO PARIS – FRANCIA	- 53 -
3.11.1 Gustos y preferencias	- 54 -
3.11.1.1. Perfil Del Consumidor	- 55 -
3.11.1.2. Tendencias del Consumidor	- 56 -
3.11.2. Consumo Recomendado	- 57 -

3.11.3 Precio	- 57 -
3.11.3.1.Comercio Bilateral Ecuador y Francia.....	- 58 -
3.11.4 Producto.....	- 59 -
3.11.4.1. Características del Producto.....	- 59 -
3.11.4.2. Barreras No Arancelarias en Francia	- 60 -
3.11.4.3. Envases y Embalajes Alimentos Frescos.....	- 64 -
3.11.4.4. Tipos de Presentación de Pulpa y Concentrado de Pulpa	- 65 -
3.11.4.5. Acceso físico desde Ecuador hacia Francia.....	- 66 -
3.11.5 Formas de pago	- 67 -
3.11.6 Canales de distribución	- 69 -
3.12. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	- 70 -
3.12.1. Rivalidad entre los competidores existentes	- 71 -
3.12.2.Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	- 71 -
3.12.3.Amenaza de productos y servicios sustitutos	- 72 -
3.12.4 Poder de negociación de los proveedores	- 72 -
3.12.5 Poder de negociación de los clientes	- 72 -
3.13. PROYECCIONES DEL ESTUDIO	- 73 -
3.13.1. Proyección de oferta	- 73 -
3.13.2 Proyección de demanda.....	- 74 -
3.14. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	- 75 -

CAPÍTULO IV.....	- 77 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 77 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 77 -
4.2. RECOMENDACIONES.....	- 78 -
CAPÍTULO V.....	- 79 -
5. PROPUESTA.....	- 79 -
5.1. TÍTULO.....	- 79 -
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	- 79 -
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	- 80 -
5.4. OBJETIVOS.....	- 81 -
5.4.1. Objetivo General.....	- 81 -
5.4.2. Objetivos Específicos.....	- 81 -
5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 82 -
5.6. ESTUDIO TÉCNICO.....	- 82 -
5.6.1. Localización de la empresa procesadora de pulpa.....	- 82 -
5.6.1.1. Macro Localización.....	- 82 -
5.6.1.2. Micro Localización.....	- 83 -
5.6.2. Tamaño y distribución de la Planta Procesadora.....	- 84 -
5.6.3. Ingeniería del proyecto.....	- 85 -
5.6.3.1. Constitución de la empresa procesadora de pulpa.....	- 85 -

5.6.3.1.1. Misión.....	- 88 -
5.6.3.1.2. Visión	- 88 -
5.6.3.1.3. Valores.....	- 88 -
5.6.3.1.4. Diseño Organizacional	- 89 -
5.6.3.2. Manual de Funciones	- 90 -
5.6.3.3. Requerimiento de Activos Fijos	- 91 -
5.6.3.4. Mapa de procesos.....	- 91 -
5.7. Propuesta Comercial	- 97 -
5.7.1. Producto.....	- 97 -
5.7.1.1. Proceso de producción.....	- 97 -
5.7.1.2. Empaque y etiquetado del “Producto Pulpa de Guayaba”.	- 97 -
5.7.1.3. Calidad del Producto	- 100 -
5.7.2. Precio	- 100 -
5.7.3. Plaza	- 101 -
5.7.4. Promoción.	- 102 -
5.7.4.1. Canales de Producción: Publicidad Directa por Correo	- 102 -
5.7.4.2. Comercio Electrónico B2B:	- 103 -
5.8. PROPUESTA LOGÍSTICA	- 103 -
5.8.1. Datos básicos del embarque	- 104 -
5.9.1. Calculo del cubicaje	- 105 -

5.9.2. Costos directos país de exportación	- 107 -
5.9.2.1. Envase	- 107 -
5.9.2.2. Empaque	- 108 -
5.9.2.3. Unitarización	- 108 -
5.9.2.4. Manipuleo en el local del exportador	- 109 -
5.9.2.5. Documentación	- 109 -
5.9.2.6. Transporte interno	- 109 -
5.9.2.7. Manipuleo Embarque	- 110 -
5.9.2.8. Agentes	- 110 -
5.9.3. Costos Indirectos País de Exportación.....	- 111 -
5.9.3.1. Bancarios	- 111 -
5.9.3.2. Capital e inventario país de origen	- 111 -
5.9.4. Total Costo – Tiempo de la DFI del país exportador	- 111 -
5.9.5. Costos directos en el tránsito internacional	- 112 -
5.9.5.1. Flete Internacional.....	- 112 -
5.9.5.2. Seguro Internacional	- 113 -
5.9.6. Costos indirectos en el tránsito internacional	- 113 -
5.9.6.1. Capital e Inventario	- 113 -
5.9.7. Total Costo – Tiempo de la DFI en el tránsito internacional	- 113 -
5.9.8. Costos directos en el país de Importación.....	- 114 -

5.10. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	- 114 -
5.10.1 Inversión Inicial.....	- 114 -
5.10.1.1. Proyección de Costos	- 116 -
5.10.1.2. Proyección de Gastos.....	- 117 -
5.10.2 Estados Financieros.....	- 119 -
5.10.2.1. Balance General	- 119 -
5.10.2.2. Estado de Resultados.....	- 120 -
5.10.2.3. Flujos de Efectivo, VAN, TIR.....	- 120 -
5.10.2.4. Punto de Equilibrio	- 122 -
5.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 123 -
5.11.1 Conclusiones.....	- 123 -
5.11.2 Recomendaciones.....	- 124 -
BIBLIOGRAFÍA.....	- 126 -
ANEXOS.....	- 131 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación de Variables.....	- 2 -
Tabla 2: Constitución de la República del Ecuador.....	- 8 -
Tabla 3: Acuerdo General Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)	- 9 -
Tabla 4: Convenios Internacionales.....	- 10 -
Tabla 5: COPCI.....	- 11 -
Tabla 6: COPCI, Reglamento	- 11 -
Tabla 7: Plan del Buen Vivir.....	- 12 -
Tabla 8: Fundamentación Teórica	- 13 -
Tabla 9: Población y muestra.....	- 23 -
Tabla 10: Operacionalización de Variables.....	- 24 -
Tabla 11: Factor Político " Gobierno"	- 27 -
Tabla 12: Acuerdos Comerciales	- 28 -
Tabla 13: Política Comercial	- 30 -
Tabla 14: Factores Legales Francia.....	- 31 -
Tabla 15: Factores Legales de Chile	- 32 -
Tabla 16: Factores Legales España	- 32 -
Tabla 17: Producto Interno Bruto PIB	- 33 -
Tabla 18: PIB Per cápita	- 34 -
Tabla 19: Inflación.....	- 34 -

Tabla 20: Balanza Comercial Ecuador – Francia.....	- 35 -
Tabla 21: Balanza Comercial Ecuador – Chile	- 36 -
Tabla 22: Balanza Comercial Ecuador – España.....	- 38 -
Tabla 23: Exportaciones según la partida 2008.99	- 39 -
Tabla 24: Tamaño de la Población	- 40 -
Tabla 25: Tasa de Desempleo	- 40 -
Tabla 26: Factor Tecnológico en Francia.....	- 41 -
Tabla 27: Factor Tecnológico de Chile	- 42 -
Tabla 28: Factor Tecnológico de España	- 42 -
Tabla 29: Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).....	- 43 -
Tabla 30: Factores Socioeconómicos del Ecuador	- 48 -
Tabla 31: Balanza Comercial Ecuador y Francia según la subpartida 2008.99.90.00.....	- 49 -
Tabla 32: Producción de Guayaba.....	- 51 -
Tabla 33: Población de Paris	- 54 -
Tabla 34: Comercio Bilateral Ecuador y Francia.....	- 58 -
Tabla 35: Partida Arancelaria	- 59 -
Tabla 36: Ficha Técnica " Pulpa de Guayaba"	- 59 -
Tabla 37: Tipos de presentación de pulpa y concentrado de fruta.....	- 66 -
Tabla 38: Principales medios de transporte en Francia	- 67 -

Tabla 39: Forma de Pago	- 68 -
Tabla 40: Empresas exportadoras de pulpas de frutas.....	- 71 -
Tabla 41: Potenciales Importadores de pulpa de fruta en París-Francia.....	- 73 -
Tabla 42: Déficit total de consumo	- 74 -
Tabla 43: Consumo nacional aparente	- 75 -
Tabla 44: Distribución de Zonas	- 84 -
Tabla 45: Constitución de Compañías en el Ecuador	- 87 -
Tabla 46: Requisitos de inspección en el (RUC).....	- 87 -
Tabla 47: Afiliación a los Empleados al IESS	- 88 -
Tabla 48: Requisitos de Exportador	- 88 -
Tabla 49: Manual de Funciones.....	- 90 -
Tabla 50: Requerimiento de activos fijos	- 91 -
Tabla 51: Adquisición de Materia Prima	- 93 -
Tabla 52: Proceso de Producción	- 94 -
Tabla 53: Negociación Internacional.....	- 95 -
Tabla 54: Proceso de Exportación	- 96 -
Tabla 55: Información básica del producto	- 104 -
Tabla 56: Información básica del embarque	- 105 -
Tabla 57: Información Adicional.....	- 105 -
Tabla 58: Cálculo de cubicaje	- 106 -

Tabla 59: Cálculo de cubicaje	- 106 -
Tabla 60: Proyección de ventas.....	- 107 -
Tabla 61: Costo de embace por envió (Total Trimestre)	- 108 -
Tabla 62: Costo de empaque por envió (Total Trimestre).....	- 108 -
Tabla 63: Costo de Unitarización por envió (Total Trimestre).....	- 108 -
Tabla 64: Costo de manipuleo en el local del exportador	- 109 -
Tabla 65: Costo documentación (Total Trimestre)	- 109 -
Tabla 66: Costo Transporte Interno (Total Trimestre).....	- 110 -
Tabla 67: Costo manipuleo de embarque (Total Trimestre).....	- 110 -
Tabla 68: Costo Agentes (Total Trimestre)	- 110 -
Tabla 69: Costos bancario (Total Trimestres)	- 111 -
Tabla 70 :Capital e Inventario - País Origen (Total Trimestre).....	- 111 -
Tabla 71: Costos Directos País de Exportación (Total Trimestre)	- 112 -
Tabla 72: Costo Flete Internacional (Total Trimestre).....	- 112 -
Tabla 73: Costo Seguro Internacional (Total Trimestre)	- 113 -
Tabla 74: Costo del Capital e Inventario - Transito Internacional	- 113 -
Tabla 75: Análisis de costos en el Tránsito Internacional	- 114 -
Tabla 76: Activos Fijos	- 115 -
Tabla 77: Capital de Operación	- 115 -
Tabla 78: Gastos de Constitución	- 115 -

Tabla 79: Inversión inicial	- 116 -
Tabla 80: Estructura de Financiamiento	- 116 -
Tabla 81: Proyección de costos	- 117 -
Tabla 82: Proyección de gastos.....	- 118 -
Tabla 83: Proyección gastos de exportación	- 118 -
Tabla 84: Balance general del proyecto.....	- 119 -
Tabla 85: Estado de Resultados - Con Financiamiento	- 120 -
Tabla 86: Estado de flujo de efectivo	- 121 -
Tabla 87: Indicadores financieros	- 121 -
Tabla 88: Punto de Equilibrio	- 122 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Fundamentación conceptual	- 15 -
Gráfico 2: Balanza Comercial Ecuador – Francia	- 36 -
Gráfico 3: Balanza Comercial Ecuador – Chile	- 37 -
Gráfico 4: Balanza Comercial Ecuador – España	- 38 -
Gráfico 5: Mapa del Ecuador	- 46 -
Gráfico 6: Balanza Comercial Ecuador – Francia	- 50 -
Gráfico 7 : Mapa de Francia.....	- 53 -
Gráfico 8: certificación para productos orgánicos	- 56 -
Gráfico 9: Etiquetado de la pulpa de guayaba	- 64 -
Gráfico 10 : Principales puntos de ingreso desde Ecuador a Francia.....	- 66 -
Gráfico 11: Principales Canales de Distribución en Francia	- 69 -
Gráfico 12: Canal de distribución	- 70 -
Gráfico 13: Fuerzas de Porter.....	- 70 -
Gráfico 14: Modelo operativo	- 82 -
Gráfico 15: Localización de la Empresa.....	- 83 -
Gráfico 16: Plano de la Empresa procesadora de Pulpa	- 85 -
Gráfico 17: Proceso de la Constitución de la Empresa	- 86 -
Gráfico 18: Organigrama Estructural “ FRUTI JR CIA LTDA”	- 89 -
Gráfico 19: Proceso de produccion.....	- 98 -

Gráfico 20: Marca del Producto	- 99 -
Gráfico 21: Empaque del producto	- 99 -
Gráfico 22: Empaque secundario del producto	- 100 -
Gráfico 23: Principales supermercados en Francia	- 102 -
Gráfico 24: Punto de equilibrio	- 123 -

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente proyecto, está enfocado en determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de guayaba, desde Maldonado – Ecuador, para lo cual, se fundamentó en teorías del comercio internacional, leyes que respaldan el proyecto y conceptuales que permitieron fundamentar las variables de estudio.

De la investigación se determinó que la mejor opción de mercado internacional es Francia, ya que se presenta como el principal consumidor, el cual permite el ingreso del producto ecuatoriano con preferencias arancelarias. Por otro lado, se logró determinar el nicho de mercado, tomando a Paris como ciudad destino.

Por otra parte en base a datos estadísticos, se identificó la demanda insatisfecha, la cual, para el año 2014 fue de 936 toneladas, por lo que se pretende cubrir una cierta parte del mercado. Además se determinó la oferta existente en el país de origen, tomando como punto de partida la producción de guayaba de la parroquia de Maldonado – Ecuador, con una producción anual de 202.11 toneladas, de las cuales únicamente se tomará el 30%, para la producción de la pulpa de guayaba, es decir, 60.63 toneladas anuales, con un margen de desperdicio del 25%, obteniendo un total de fruta procesada de 45.36 toneladas anuales, que serán empacadas en fundas de polietileno de 500 gramos.

Además, se realizó un estudio de factibilidad, para la creación de una empresa procesadora de pulpa que transformará la materia prima en producto elaborado, de igual manera, se analizó, la distribución física Internacional, la cual ayudará a optimizar tiempos y recursos para la comercialización, asegurando que el producto llegue en buenas condiciones al mercado destino, también se determinó y se analizó el estudio financiero del proyecto.

ABSTRACT.

This project is focused on identifying opportunities for international markets for the commercialization of guayaba pulp from Maldonado - Ecuador, for which, it was based on theories of international trade, laws supporting the project and concept that allowed substantiate the study variables.

The investigation determined that the best option is Francia international market, as it is presented as the main consumer, which allows the entry of the Ecuadorian product with tariff preferences. Moreover, it was determined in niche, taking Paris as a destination.

Moreover based on statistical data, the unmet demand, was identified in 2014 was 936 tons, which covers a certain part of the market. Besides the existing supply in the country of origin it is determined, taking as a starting point guava production Parish Maldonado - Ecuador. With an annual output of 202.11 tons, of which only will take 30%, for the production of guava pulp, 60.63 tons, with a margin of 25% waste, obtaining a transverse fruit processed 45.36 annual tons, which will be packed in polyethylene bags of 500 grams.

In addition a feasibility study for the creation of a processing company of pulp that transform raw material into finished product, likewise, it was analyzed, the international physical distribution, which will help optimize time and resources for marketing, ensuring that the product arrives in good condition at destination market, also He analyzed the financial study.

INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de este proyecto, se tomó como base, el tema de investigación, las oportunidades de mercado en Francia y la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador, el cual, se lo escogió tomando en cuenta las necesidades del país demandante y el desconocimiento de los productores guayaberos de la parroquia de Maldonado, Provincia del Carchi – Ecuador, tomando como referencia esta información como una oportunidad al desarrollo de este proyecto, por otro lado fomentar la transformación de materia prima en producto elaborado como una fuente de ingreso para estos productores.

En el **CAPÍTULO I:** Se determinó el problema existente para la respectiva investigación, en el cual se dio una solución a través del cumplimiento de cada uno de los objetivos tanto general como específicos, que se relacionan con la determinación de la mejor opción de mercado internacional, con la búsqueda de información de fuentes primarias y secundarias en base a sus dos variables.

En el **CAPÍTULO II:** Se incluye la fundamentación teórica, donde se investigó conceptos, publicación y artículos relacionados con la investigación, basándose en sus dos variables, así determinando que el Ecuador es un país inmensamente agrícola donde se genera fuentes de ingresos a través de la producción de frutas tradicionales y no tradicionales provenientes del sector.

En el **CAPÍTULO III:** Se estableció cada una de las metodologías que se va implementar para el desarrollo del proyecto, donde se empleó el método científico para realizar un estudio de forma ordenada y secuencial, también se utilizaron modalidades de investigación, entre ellas, la de campo para el cumplimiento del segundo objetivo específico “Realizar un estudio de mercado para la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador y el documental para dar cumplimiento al primer objetivo“ Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización”, por otro lado se utilizó la técnica de la entrevista, a través, del

instrumento que es la guía de entrevista, misma que, se realizó a los productores guayaberos de la parroquia de Maldonado, para poder determinar la necesidad existente, puesto que, por la falta de conocimientos, estas personas no buscan fuentes de ingresos y oportunidades de comercialización, estos antecedentes permitieron la implementación de mecanismos y estrategias para su comercialización.

En el **CAPÍTULO IV**: Se determina las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a la investigación realizada en los anteriores capítulos.

En el **CAPÍTULO V**: Se determina la propuesta en base al tercer objetivo en este caso con un estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador, cumpliendo con todos los requerimientos del país demandante, además se realizó un estudio técnico que ayudó a verificar las necesidades del país oferente, por otro lado se estableció los costos para la comercialización del producto optimizando tiempo y recursos, y por último con un análisis financiero que ayudó a determinar la rentabilidad del proyecto para la comercialización de pulpa de guayaba desde la Parroquia de Maldonado, Provincia del Carchi – Ecuador.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Según el artículo del sitio web Viajandox (2012), "La parroquia de Maldonado, perteneciente al cantón Tulcán provincia del Carchi "ubicada al norte del Ecuador a 2.850 metros sobre el nivel del mar; en la que posee los climas frío en el cantón Tulcán y cálido húmedo en su parroquia de Maldonado, es un sector eminentemente agrícola que permite desarrollar una gran variedad de frutas durante todo la temporada del año como: la guayaba, tomate de árbol, moras, borajó, pitahaya, entre otras" (p. 1)

Estas frutas serían la principal materia prima, para la extracción de la pulpa para comercializarla tanto en el mercado nacional como internacional, teniendo en cuenta que tiene una producción significativa, pero el desconocimiento por parte de los productores limita la búsqueda de nuevas alternativas de ingreso a mercados extranjeros.

Por otro lado el desconocimiento por parte de los productores de Maldonado hacia nuevas oportunidades de mercados internacionales; hace que el agricultor carchense se dedique a la comercialización interna de la fruta en estado natural, esto no le ha permitido buscar nuevas alternativas para promocionar su producto.

Según Carlos Uquillas, en su publicación denominada Modelo económico del Ecuador (2011), menciona que "la comercialización de productos agrícolas generan grandes fuentes de ingresos a través de las exportaciones de productos tradicionales o los denominados productos no tradicionales" (p. 6), estas fuentes de ingreso han ido tomando fuerza en los últimos años, tanto en el mercado local como en el mercado internacional, por lo tanto, los productores de la parroquia de Maldonado, al no conocer sobre este tema, no les ha permitido mejorar su situación económica.

Otro factor, es el escaso conocimiento sobre la transformación e industrialización de un producto elaborado o semi elaborado, como la pulpa de frutas, esto no da apertura a nuevos mercados, por lo tanto su comercialización únicamente se ha realizado en el mercado nacional; dando como consecuencia niveles de rentabilidad bajos.

El no contar con el apoyo de entidades gubernamentales para fomentar las exportaciones, limitan a los pequeños productores de la parroquia de Maldonado, a su comercialización y apertura a mercados internacionales, esto puede ser por falta de información, comunicación.

Ahora vamos a mencionar varias preguntas que ayudaran a examinar el problema; ¿Para qué comercializar? ¿Cuál es el número de pequeños productores de guayaba en Maldonado?; ¿Existe en Maldonado la materia prima suficiente para la elaboración de pulpa de guayaba?; ¿Los costos de la materia prima son accesible para el pequeño productor?; ¿Cuál es la competencia directa de los productores de pulpa de guayaba?; ¿Los pequeños productores cuentan con conocimientos de exportación?; ¿Aplican los pequeños productores estrategias de comercialización para aumentar sus ganancias?; ¿Están en capacidad de producir a escala?.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

“El desconocimiento de las Oportunidades de Mercados Internacionales limitan a la Comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador”.

1.3. DELIMITACIÓN.

Tabla 1: Delimitación de Variables

Objeto	Oportunidades de Mercados internacionales
Sujeto de Estudio	La Comercialización de Pulpa de Guayaba desde Maldonado- Carchi- Ecuador
Tiempo	Agosto 2014 – agosto 2015
Área Geográfica	Parroquia de Maldonado
Grupo Social	Productores de Guayaba de Maldonado

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación es importante, ya que, permitió a los pequeños productores de guayaba de la parroquia de Maldonado ubicada en la provincia del Carchi, a promover la elaboración de frutas procesadas añadiéndole un valor agregado, con estándares de calidad para el consumidor, en este caso como es la pulpa de guayaba, por otro lado, se determinó varias alternativas de comercialización internacional, teniendo en cuenta la alta producción nacional de esta fruta, por su composición nutricional y medicinal.

Este problema se investigó para buscar nuevas oportunidades de mercado para que el sector productivo de la parroquia de Maldonado, con el fin de incrementar sus ventas y cubrir la demanda existente en el mercado francés.

Los impactos que origina esta investigación tienen incidencia en la situación socio económico del sector productivo, debido a que, actualmente se encuentran limitados únicamente a un mercado nacional, el mismo que no les ha permitido incrementar sus ingresos económicos que justifiquen y motiven a este sector.

Al ejecutar esta investigación se beneficiará directamente a los pequeños productores de Guayaba de la Parroquia de Maldonado, provincia del Carchi, y a sus familias, ya que, con esta alternativa de comercialización sus ingresos se verán incrementados.

El estudio es significativo, debido a que, no existen proyectos similares actualizados, por lo tanto su desarrollo contribuye a obtener información específica y real, buscando nuevas oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado - Ecuador; así como la aplicación de técnicas e instrumentos para la obtención de datos, generando nuevo conocimiento y a la vez permite contribuir a la UPEC, con información para el área de investigación.

Este proyecto ayudará a la obtención del título de grado, además es muy relevante porque se pretende desarrollar conocimientos adquiridos en el aula,

también en base a la investigación recopilada se ayudará a los productores ampliar su fuente de trabajo y generar la industrialización basándose en la nueva política de la matriz productiva con la innovación e industrialización de productos ya elaborados o semi elaborados en busca de nuevas oportunidades de mercados internacionales y su comercialización.

A través de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC); ayudaremos a los pequeños productores de la parroquia de Maldonado a buscar nuevas oportunidades de mercados internacionales y por ende satisfacer necesidades e incrementar sus recursos financieros.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1. Objetivo General.

- Determinar las Oportunidades de Mercados Internacionales para la Comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Fundamentar documentalmente las Oportunidades de Mercados Internacionales y la Comercialización.
- Realizar un estudio de mercado para la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador
- Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de Pulpa de Guayaba desde Maldonado – Ecuador que permita atender parte de la demanda de este producto en Paris – Francia.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Después de buscar información referente al tema:” las oportunidades de mercado en Francia y la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado - Ecuador”, se ha encontrado en la web y en las bibliotecas disponibles, las siguientes tesis:

La primera se titula “Proyecto de factibilidad para la exportación de mora de castilla congelada (pulpa de fruta), desde la provincia de Imbabura, al mercado de Francia durante el periodo 2008 – 2017” de Iván Realpe. (2009); de la Universidad Tecnológica Equinoccial “Facultad de Ciencias Económicas y Negocios” para obtener el grado de Ingeniero en Comercio Exterior e Integración.

Este documento se basa en un estudio de mercado, considerando los factores que intervienen en la aplicación de una buena logística, dando como resultado la factibilidad para la exportación de mora de castilla congelada (pulpa de fruta), desde la provincia de Imbabura, al mercado de Francia. Este estudio permite conocer, aspectos macroeconómicos y microeconómicos del país de origen y destino, además busca establecer una empresa de transformación y comercialización de pulpa de fruta congelada, tanto al mercado nacional, como al mercado Francés, por otro lado, estudia las condiciones y requerimientos que exige el mercado, tomando en cuenta los acuerdos que tiene el país de origen, con el país de destino para la exportación de mora de castilla congelada en pulpa de fruta a través de la distribución física internacional para dicha exportación.

Este proyecto, ayudará al desarrollo de la investigación tomando en cuenta como referencia el país de destino y el producto de comercialización, además acuerdos y relaciones comerciales que existe entre Ecuador y Francia, por otro lado se tomará en cuenta el proceso de transformación de la materia prima en producto

elaborado, en este caso pulpa congelada de fruta, con cada uno de los requerimientos del país para el ingreso del producto, utilizando la distribución física internacional para el proceso de exportación.

La segunda investigación se titula “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de pulpa de frutas congeladas de mango y guayaba, hacia el mercado canadiense” de David Catillo. (2011); de la Universidad Internacional del Ecuador “Facultad de Administración Y Ciencias” para obtener el grado de Ingeniero en Negocios Internacionales.

Esta investigación se basa en la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de pulpa de frutas congeladas de mango y guayaba, hacia el mercado canadiense, este proyecto establece un estudio de mercado para conocer la oferta local y la demanda en el país de Canadá, tomando en cuenta los factores internos y externos, también determina los precios promedio de la cadena de abastecimiento, los volúmenes y calidad solicitados por los importadores. A través de un estudio financiero y de una investigación del macro entorno del mercado se determinó la rentabilidad de la empresa como de la exportación.

Esta investigación aportará al desarrollo del proyecto tomando como referencia su estudio de factibilidad para la comercialización de pulpa de guayaba, también se tomará en cuenta el procedimiento para la creación de una empresa dedicada a la exportación de pulpa de frutas congeladas, todo los requerimientos que se necesita para comercializar el producto esta información ayudará al proceso de esta investigación.

La tercera investigación se titula “Comercialización de mora de castilla producida en la provincia del Carchi sector Maldonado y la demanda requerida en España” de Lady Villareal. (2013); de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi “Facultad de Comercio Internacional, Integración Administración y Economía Empresarial” para obtener el grado de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Esta investigación se enfoca en el análisis de la demanda de mora de castilla producido en la parroquia de Maldonado orientada hacia el mercado español, analizando la situación actual de los productores, así como también al consumidor en España, además este proyecto realiza un estudio de factibilidad para la exportación que cubra parte de la demanda existente en el mercado español.

Este proyecto ayuda a determinar la oferta y la demanda del mercado español, con un análisis de mercado estableciendo normas y reglamentos, al introducir el producto al país de destino y estudiando los gustos y preferencia de los consumidores.

Esta información aportará a la investigación, en lo referente, al lugar donde se origina la materia prima, en este caso la parroquia de Maldonado ubicada en la provincia del Carchi – Ecuador, por otro lado, se tomará en cuenta el estudio situacional de Ecuador para la comercialización de pulpa de guayaba, optimizando tiempo y recursos a través de la distribución física internacional y que parámetros toma en cuenta para llevar a cabo este proceso, esta información contribuirá al desarrollo del proyecto.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Tabla 2: Constitución de la República del Ecuador

DOCUMENTO	DESCRIPCION
<p style="text-align: center;">Constitución de la República del Ecuador (2008)</p>	<p>Art: 284.- La Política Económica</p> <p>1.-Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.</p> <p>4.- Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.</p>
	<p>Art: 304.- Política Comercial</p> <p>1.- Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.</p> <p>5.- Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.</p>
	<p>Art:416 .- Principios de las Relaciones Internacionales</p> <p>9.- Reconoce al derecho internacional como norma de conducta, y demanda la democratización de los organismos internacionales y la equitativa participación de los Estados al interior de estos.</p> <p>12.- Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados.</p>

Fuente: Constitución de la República del Ecuador, 2008

Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 3: Acuerdo General Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
<p>Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT 1947)</p>	<p>Art 1.- Trato General de la Nación más Favorecida</p> <p>Literal 2.- los derechos o cargas de importación, la supresión de las preferencias:</p> <p>b).-Preferencias vigentes exclusivamente entre dos o más territorios que el 1º de julio de 1939 estaban unidos por una soberanía común o por relaciones de protección o dependencia, y que están especificados en los Anexos B, C y D, a reserva de las condiciones que en ellos se establecen.</p> <p>4.- En lo que se refiere a los productos que disfruten de una preferencia:</p> <p>B).-Para los derechos o cargas aplicables a los productos no enumerados en la lista correspondiente, de la diferencia existente el 10 de abril de 1947 entre la tarifa aplicable a la nación más favorecida y la tarifa preferencial.</p> <p>Art.- XXVI</p> <p>Literal 4.- Las partes contratantes reconocen la conveniencia de aumentar la libertad del comercio, desarrollando, mediante acuerdos libremente concertados, una integración mayor de las economías de los países que participen en tales acuerdos. Reconocen también que el establecimiento de una unión aduanera o de una zona de libre comercio debe tener por objeto facilitar el comercio entre los territorios constitutivos y no erigir obstáculos al de otras partes contratantes con estos territorios.</p>

Fuente: Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio(GATT), 1947

Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 4: Convenios Internacionales

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
<p style="text-align: center;">Convenios Internacionales</p>	<p>Sistema Generalizado de Preferencias (SGP Plus), Ecuador-Francia</p> <p>El Ecuador y los otros Países Miembros de la Comunidad Andina se benefician del acceso preferencial de sus productos a la Unión Europea, en virtud del entonces denominado Régimen Especial de Preferencias Andinas (SGP Andino).</p> <p>Es así que la Unión Europea crea un nuevo sistema llamado SGP Plus. Este nuevo esquema responde al informe del Órgano de Apelación de la OMC, y presenta un mecanismo que brinda cobertura a todos los beneficiarios del SGP. Así, entre los elementos que se han establecido para calificar al SGP+ constan los relativos a economías vulnerables y a la ratificación y aplicación de una serie de convenciones internacionales que tienen que ver con los derechos humanos, protección a los trabajadores, buen gobierno y medio ambiente. Este nuevo SGP regirá entre 2005 y 2015.</p> <p>Acuerdo para la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo, suscrito entre Ecuador y Francia.</p> <p>Según el Ministerio de Comercio Exterior dentro de los acuerdos comerciales tiene como objetivo promover la colaboración entre el Ministerio de Comercio Exterior y Ministerio De Inclusión Económica y Social de la República del Ecuador y el Ministerio delegado encargado de la Económica Social y Solidaria y del consumo de Francia, para el desarrollo de la economía popular y así como del comercio justo, de conformidad con su respectiva legislación nacional y en base a la facultades y la competencia respectivas.</p>

Fuente: Ministerio de comercio exterior y Guía comercial Francia 2015- PROECUADOR
Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 5: COPCI

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
<p>Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI, 2010)</p>	<p>Art 4 (Literal O).- Fomentar y diversificar las exportaciones.</p> <p>Art 61(Literal A).- Incentivará mecanismos de comercialización alternativos para que, a la vez que se procura el mejoramiento de los ingresos de las familias campesinas productoras.</p> <p>Art 93.- Fomento a la exportación.-El estado fomentara la producción orientada a las exportaciones.</p> <p>(Literal B).- 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.</p>

Fuente: Código Orgánico de la Producción Comercio E Inversiones (COPCI), 2010

Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 6: COPCI, Reglamento

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
<p>Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones y su Reglamento (COPCI, 2010)</p>	<p>Art. 1.- Ámbito de Aplicación.- Las normas del presente reglamento y las demás que expidiere el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se aplicarán en todo el territorio aduanero ecuatoriano.</p> <p>Art. 2.- Definiciones: (Literal B).- Agente de Carga de Exportaciones.- Es la persona jurídica autorizada como tal por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, que puede prestar servicios de manejo de carga, agrupar mercancías y presentar la Declaración Aduanera en el caso de las exportaciones, sujetándose a reglamentos y acuerdos específicos, así como emitir documentos de transporte u otros propios de su actividad.</p> <p>Art. 158.- Exportación Definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o formalidades correspondientes.</p>

Fuente: Código Orgánico de la Producción Comercio E Inversiones y su Reglamento (COPCI), 2010

Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 7: Plan del Buen Vivir

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Plan del Buen Vivir (2013)	<p>Mejorar la calidad de vida de la población.</p> <p>Es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en un periodo de tiempo largo y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.</p> <p>Tecnología Innovación y Conocimiento</p> <p>La estrategia de acumulación, distribución y redistribución, en concordancia con el Programa de Gobierno 2013-2017, propone una gestión del “conocimiento común y abierto”. Este modelo de gestión incluye la generación de ideas creativas, su aprovechamiento, la potencial producción de nuevos bienes y servicios y la distribución de sus beneficios.</p>

Fuente: Plan del Buen Vivir, 2013

Elaborado Por: Janneth Reina

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

Tabla 8: Fundamentación Teórica

<p>Teoría de ventaja Comparativa (DAVID RICARDO)</p>	<p>Cuando un país se especializa en la producción de un bien donde tiene una ventaja comparativa la producción total mundial de cada bien se incrementa.</p> <p>Según David Ricardo, es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales.</p> <p>Demuestra que a partir de la noción de costo comparativo se pueden definir los patrones de especialización, tomando en cuenta dos elementos: los costos laborales y de las relaciones de intercambio entre países. Además, la teoría Ricardiana implica tres supuestos simplificadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Inmovilidad relativa de factores •Estática y, •Estructura del mercado. <p>El punto de partida de la explicación de Ricardo, se basa en su teoría del valor. La regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países.</p>	<p>Tomando en cuenta que Ecuador, es un país que puede producir relativamente más barato, a un costo de oportunidad menor que le permita llegar hacia mercados internacionales, también la productividad llevará a cabo nuevas oportunidades de mercado para el ingreso de productos ecuatorianos a otro país extranjero.</p> <p>Esta teoría servirá para definir el valor relativo en el mercado nacional, para luego dar un valor competitivo en el mercado a destino en este caso Francia en la ciudad de París, tomando en cuenta los factores como la mano de obra más barata, la adquisición de materia prima a un precio considerable, ya que este producto se produce desde la parroquia de Maldonado con un precio relativo de 2,50 a 3 dólares la caja, tomando en cuenta este precio para el producto final “pulpa de Guayaba” con un precio considerable para la venta al público.</p>
<p>Teoría de ventaja competitiva (Michael Porter)</p>	<p>La ventaja competitiva de Porter, toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión. Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.</p> <p>Por otro lado Porter toma como referencia los tipos básicos de la ventaja competitiva: el liderazgo por costos y la diferenciación esto ayuda a una industria a</p>	<p>Dentro del desarrollo del proyecto los tipos básicos de la ventaja competitiva de Porter, ayudará a la empresa FRUTI JR CIA LTDA procesadora de pulpa a posesionarse en un mercado con una diferenciación, y con un liderazgo en costos para que la industria pueda obtener una ventaja competitiva sostenible.</p> <p>Por otro lado aportará a la investigación utilizando el método de las cinco fuerzas conociendo así los posibles consumidores, proveedores, y la competencia que</p>

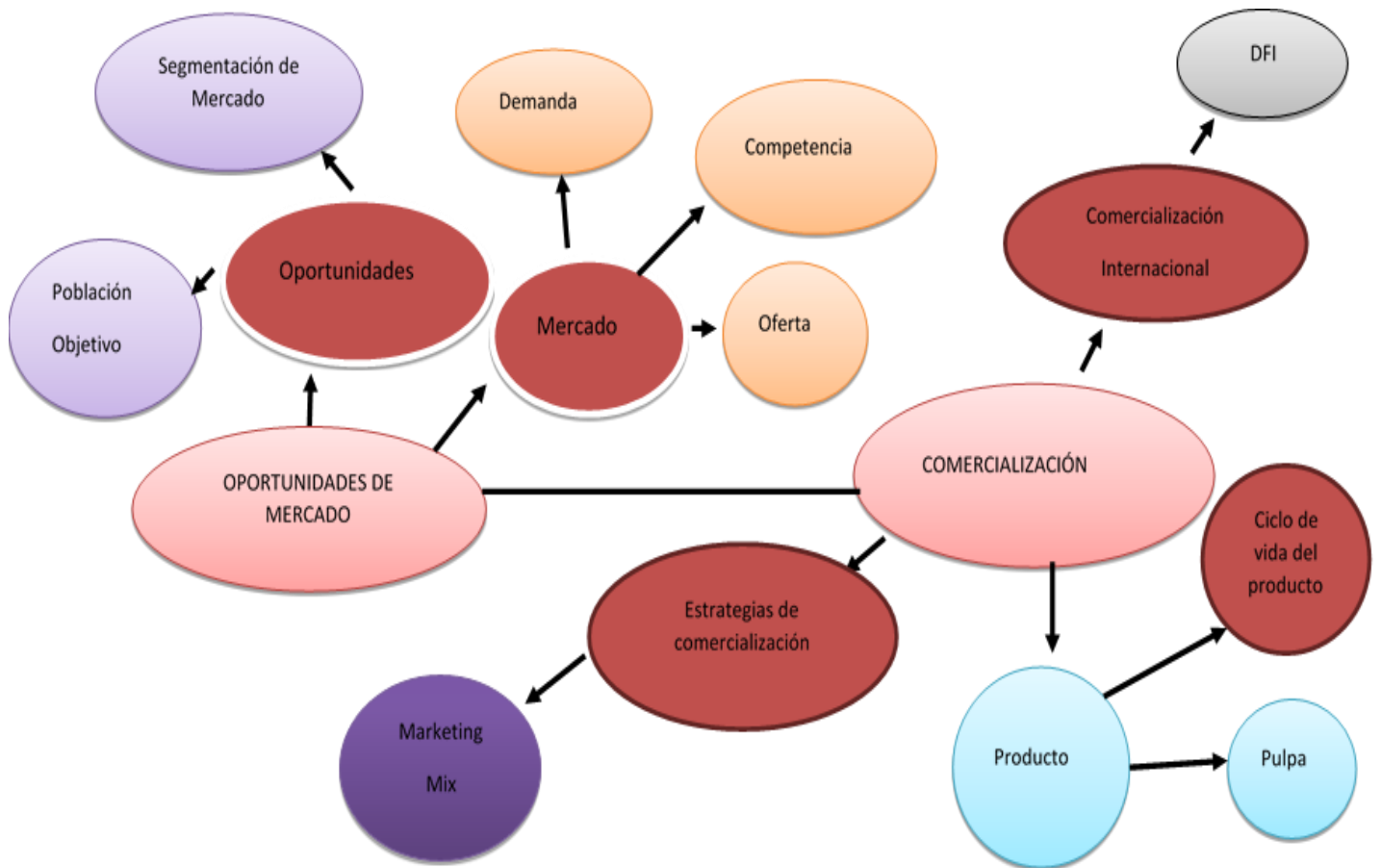
	<p>poseionarse en un mercado, obtenido como rentabilidad la entrada de un producto nuevo y así satisfacer necesidades del mercado; además implementa sus cinco fuerzas; que permite conocer el grado de competencia que existe en una industria</p>	<p>existe dentro del mercado con la venta de productos sustitutos.</p>
<p>Nueva Teoría Del Comercio Internacional (Paul Krugman)</p>	<p>El propósito de la NTC (Nueva Teoría del Comercio Internacional), es ofrecer una respuesta alternativa de una hipótesis básica del comercio que puede originarse no solo por la presencia de ventajas comparativas, sino también por la existencia de economías de escala en la producción tomando en cuenta la ventaja competitiva.</p> <p>Krugman montó su teoría partiendo del concepto de las “economías de escala” mediante el cual a mayores volúmenes de producción, menores costos, que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores según la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada.</p> <p>Además también se enfoca en la ventaja competitiva de un país con industrias para optimizar recursos, con el fin de aprovechar la posición ventajosa en el mercado.</p>	<p>Esta teoría, se relaciona en varios aspectos con el comercio exterior las ventajas y desventajas para el ingreso a un mercado tomando en cuenta la ventaja comparativa que tiene nuestro país hacia Francia con respecto a la agricultura y la producción de materia prima, en este caso la guayaba para luego transformarla en pulpa, es decir, que a Francia le resulta más económico importar este producto antes que producirlo, por otro lado dentro de la ventaja competitiva se puede decir que Ecuador da apertura a la industrialización de productos ecuatorianos, mucho más utilizando las frutas tradicionales y no tradicionales que existe en el país, esta es una ventaja para poder comercializar a mercados internacionales con el ingreso de productos con valor agregado y lograr una posición ventajosa en el mercado, tomando como referencia la económica de escala que según Krugman manifiesta que a mayores volúmenes de producción, menores costos.</p>

Fuente: Teoría de ventaja comparativa de David Ricardo. Teoría de ventaja competitiva de Michael Porter, Nueva Teoría del Comercio Internacional de Paul Krugman.

Elaborado Por: Janneth Reina

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

Gráfico 1 Fundamentación conceptual



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

La fundamentación conceptual se basará en la investigación de sus dos variables como fundamento para la investigación:

2.4.1. Oportunidades de mercado

Competencia.- “Se denomina competencia a la oposición entre individuos que disputan por la obtención de algún beneficio, premio, cargo, o liderazgo. Pueden ser competencias deportivas, intelectuales, políticas, laborales o comerciales. En las competencias siempre habrá luego de la disputa, ganadores y perdedores”. (Veleiro, 2008, p.8)

Para el desarrollo del proyecto, es necesario conocer la competencia que existe en el mercado al cual se pretende ingresar, en este caso la pulpa de guayaba. Se deberá definir las empresas que venden este producto y su nivel de competitividad, puesto que, este factor se convierte en una amenaza para poder ingresar un producto.

Demanda: “La demanda es la acción que ejercen los compradores o consumidores que buscan satisfacer sus necesidades a través de la adquisición de bienes y servicios en el mercado. En este sentido, demandar significa comprar, consumir, o adquirir bienes, servicios o factores en un mercado determinado”. (Slywotzky, 2012, p. 34).

Es muy importante saber la demanda de un mercado, para poder satisfacer las necesidades del comprador, dentro del proyecto se determinará la demanda según el perfil del consumidor, logrando como resultado, cuantas personas pueden adquirir nuestro producto, en este caso la pulpa de guayaba en el mercado francés.

Mercado: “un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto”. (Kotler, 2011, p.9).

Para el desarrollo de este proyecto se ha identificado el mercado en el país de Francia, donde se pretende llegar para posicionar el producto, con un precio accesible y competitivo, teniendo en cuenta que los compradores reales y potenciales, pueden adquirir el producto.

Oferta: “Es la cantidad de bienes o servicios que las empresas están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado en un periodo concreto”. (Kotler, 2011, p.23).

En el proyecto se determinará la cantidad de pulpa de guayaba, que la empresa está dispuesta a vender a un precio determinado, tomando en cuenta la demanda efectiva para poder comercializar el producto.

Oportunidad de mercado.- Se define a la oportunidad de mercado como una zona de necesidad e interés del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa pueda actuar rentablemente satisfaciendo esa necesidad, una oportunidad existe cuando un mercado identifica la demanda cuyas global del mercado. (Kotler, 2011, p. 57)

Para la investigación del proyecto se realizará un estudio documental para encontrar la mejor opción de mercado internacional, tomando en cuenta las tendencias del consumidor y sus necesidades, esta oportunidad llevará a cabo el ingreso del producto en este caso la pulpa de guayaba a la mejor opción de mercado.

Población Objetivo: Indica que es el conjunto de personas hacia las que van encaminadas fundamentalmente las acciones de marketing de las empresas. Normalmente la población objetivo es solamente una parte de la población total. También suele denominársela población útil. (Pérez, 2008, p.57).

Dentro del proyecto se determinará la población objetivo en Francia para la comercialización de pulpa de guayaba, analizando la demanda insatisfecha y los posibles consumidores potenciales para que el producto ingrese al mercado.

Para el desarrollo del proyecto se llevará a cabo la segmentación de mercado con los posibles consumidores del producto en este caso la pulpa de guayaba.

2.4.2. Comercialización

Comercialización internacional.- Según Kotler (2011), es el intercambio de bienes y servicios entre países a cambio de una utilidad.

En este proyecto se ha identificado la demanda, para determinar la cantidad de producción de pulpa y poder comercializarla en el mercado, dando como resultado una oportunidad para el ingreso de un producto ecuatoriano al mercado francés.

Ciclo De Vida De Los Productos: Es la evaluación de los productos ofrecidos por una empresa cuando ya se encuentran en el mercado para la venta al consumidor final en un determinado tiempo que éste permanece en el mercado. (Escribano, Fuentes & Alcazaras, 2010, p. 30).

Es muy importante saber el ciclo de vida del producto, para poder realizar la exportación del mismo, tomando en cuenta el tiempo de permanencia en el mercado.

Distribución Física Internacional.- Conjunto de operaciones para el desplazamiento de la carga, desde su lugar de fabricación o producción (país de origen) hasta el local de importador (país destino) requieren una ejecución secuencial denominada DFI. (Castellanos, 2009, p. 29).

A través de la distribución física internacional, se pretende establecer técnicas para llevar a cabo el proceso de exportación desde Ecuador hasta Francia, optimizando tiempo y recursos con la finalidad de que el producto llegue en buenas condiciones al país de destino.

Estrategia: Es un término de origen militar que se utiliza en el campo empresarial para designar el arte, la habilidad y técnica de combinar los diferentes medios y líneas de actuación que tiene la empresa para alcanzar los objetivos fijados. (Carrión, 2010, p. 102).

Dentro del desarrollo de este proyecto se determinará la estrategia de comercialización, para llevar a cabo el proceso de exportación al mercado francés, tomando en cuenta los potenciales consumidores de pulpa de guayaba.

Marketing-Mix: Término inglés sin traducción exacta en castellano, que designa la combinación de los diferentes medios e instrumentos de Marketing (producto, precio, publicidad, promoción, distribución,) de que dispone la empresa para alcanzar los objetivos fijados. (Espinosa, 2013).

El presente proyecto se basará, de igual manera en el Marketing Mix (Producto, Precio, Publicidad, Distribución), con la finalidad de posicionar a la pulpa de guayaba ecuatoriana en el mercado francés.

Producto: Desde un punto de vista comercial, puede considerarse el producto como un conjunto de atributos físicos, que la persona consumidora adquiere para poder satisfacer sus necesidades o deseos. (Kotler, 2011, p. 89)

El producto, en este caso, la pulpa de guayaba, se comercializará en la mejor oportunidad de mercado, tomando en cuenta todos los requisitos sanitarios, obteniendo así un producto de calidad para su adquisición por parte de los consumidores.

La pulpa es obtenida por la desintegración de la porción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias, para pasar al proceso de despulpado de la materia prima, para que los consumidores tengan accesibilidad de este producto ya que es netamente fruta.

2.5. IDEA A DEFENDER.

El estudio de Oportunidades de Mercados Internacionales permitirá la Comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador.

2.6. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.

Variable Dependiente:

- Comercialización internacional

La comercialización de pulpa de guayaba desde la parroquia de Maldonado - Ecuador, es el efecto que origina el desconocimiento de las oportunidades de mercados internacionales.

Variable Independiente:

- Oportunidades de Mercados internacionales

Las oportunidades de mercados internacionales, es la causa porque se desconoce aún el mercado de destino para la comercialización de pulpa de guayaba desde la parroquia de Maldonado, Carchi – Ecuador.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará un enfoque:

- **Enfoque cualitativo.**- Dentro de la investigación se utilizará este enfoque, debido al estudio de campo, que se realizará con la finalidad de determinar el problema existente en el entorno, además, se llevará a cabo el contacto directo con el productor de guayaba, con la propósito de recolectar información que servirá para el desarrollo del proyecto.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el presente estudio, se tomará en cuenta las siguientes modalidades de investigación:

- **Investigación Documental**

Para la investigación se recogerá información de fuentes bibliográficas, documentos escritos, textos, libros y luego se desarrollará un análisis de cada uno de los documentos recolectados, con la finalidad de comprender y analizar cada una de las variables propuestas.

- **Investigación De Campo**

La investigación de campo, se empleara en este proyecto, porque se tendrá un contacto directo con los productores de guayaba en la parroquia de Maldonado, además se empleará la entrevista, misma que ayudará a la interpretación de resultados, de esta forma se aportará a la investigación con información verídica.

Además, al implementar esta investigación se determinará la producción de guayaba en la parroquia de Maldonado para luego utilizarla en la transformación de pulpa, tomando en cuenta que no existe una asociación, solo productores independientes que comercializan la guayaba.

- **Investigación Experimental**

Se implementará este tipo de investigación, debido a que, se relaciona la causa y efecto, según el tema de estudio, a través, de la recolección de información de fuentes primarias y secundarias.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Para la presente investigación, se tomarán en cuenta estos tipos de investigación, que ayudarán al análisis e interpretación de dicha información.

- **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria, permitirá determinar la problemática que existe en la sociedad encaminada al tema planteado, para luego analizar y determinar la solución de este problema, con una investigación más a fondo, según las dos variables de estudio.

- **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva, ayudará a desarrollar el proceso industrial para convertir la fruta en pulpa, en este caso, la guayaba para su comercialización, para que los productores de guayaba puedan ampliar su mercado local a lo internacional.

- **Investigación Explicativa**

Esta investigación será del tipo explicativa, porque se recolectará información enfocada en las características y cualidades de las variables de estudio, esta investigación aportará a la recolección de información de acuerdo al estudio de

cada uno de los países de destino, tomando en cuenta la situación actual y algunos factores que aportan a la investigación.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó el tipo de muestreo no probabilístico, Según Herrera (2014), dentro del muestro por decisión de expertos “Se conforma la muestra por sugerencia de personas conocedoras del problema de investigación” (p. 15),

Tabla 9: Población y muestra

OFERENTE	DEMANDANTE
<p>Grupo: Productores Sector: Parroquia de Maldonado Provincia del Carchi Productores mayoristas: 10 Productores guayaberos de Maldonado. Tipo de producto: Guayaba</p>	<p>País: Francia Población objetivo: Paris Consumo: Las mujeres consumen más frutas (186,4g/día) que los hombres (170,9g/día) (Pro Ecuador, 2013).</p>

Fuente: Investigación Realizada

Elaborador Por: Janneth Reina

De acuerdo a la investigación de campo, se determinó realizar la entrevista a los 10 productores mayoristas de guayaba en la parroquia de Maldonado, tomando en cuenta aspectos importantes como la capacidad de producción de la fruta, estos vendrían a ser las personas ofertantes de la materia prima. (Véase en el Anexo N° 1).

Por otro lado, se determinó la demanda, a través del estudio del entorno del país de destino, del cual se escogió al mercado de Paris – Francia, como una oportunidad para la comercialización de pulpa de guayaba, tomando como referencia datos estadísticos, documentos y fuentes secundarias que ayudaron al desarrollo del estudio.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 10: Operacionalización de Variables

IDEA A DEFENDER: El estudio de Oportunidades de Mercados Internacionales permitirá la Comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado, Carchi – Ecuador							
VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTO	FUENTE
Oportunidades de Mercado	Según Kotler (2003), define a la oportunidad de mercado como una zona de necesidad e interés del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa pueda actuar rentablemente satisfaciendo esa necesidad, una oportunidad existe cuando un mercado identifica la demanda global del mercado	Demanda del Mercado	Entorno	¿Cuál es la situación socioeconómico de cada país?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Fichas técnicas de Francia Guía Comercial de Francia Fichas técnicas de Chile Guía Comercial de Chile Fichas técnicas de España Guía Comercial España
				¿Cuál es la situación política que se encuentra cada país?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Fichas técnicas de Francia Guía Comercial de Francia Fichas técnicas de Chile Guía Comercial de Chile Fichas técnicas de España Guía Comercial España
				¿Cuál es la situación social que se encuentra cada país?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Fichas técnicas de Francia Guía Comercial de Francia Fichas técnicas de Chile Guía Comercial de Chile Fichas técnicas de España Guía Comercial España
				¿Qué factores tecnológicos aportan a la tecnología de cada país?	Documental	Fichas Bibliográficas	Agencia Francesa para las Inversiones Internacionales Ciencia y la tecnología de Chile Estrategia Española de Ciencia y Tecnología y de Innovación
			Mercado	¿Cuál es el perfil del consumidor?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Fichas técnicas de Francia Guía Comercial de Francia
				¿Cuáles la tendencia del consumidor?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Fichas técnicas de Francia Guía Comercial de Francia
				¿Cuáles son los gustos y preferencias del consumidor?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Fichas técnicas de Francia Guía Comercial de Francia

			Producto	¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones de Ecuador con Francia?	Documental	Fichas Bibliográficas	Banco Central del Ecuador Trade Map	
				¿Cuál es la demanda insatisfecha?	Documental	Fichas Bibliográficas	Trade Map	
				¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?	Documental	Fichas Bibliográficas	CATIE FAO	
				¿Cuál es la competencia existente en el mercado?	Documental	Fichas Bibliográficas	Trade Map	
				¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado?	Documental	Fichas Bibliográficas	CATIE	
				¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el ingreso del producto ecuatoriano al mercado francés?	Documental	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador Trade Map	
				Entorno	¿Cuál es la situación actual de Ecuador?	Entrevista	Guía de la entrevista	Productores guayaberos de la parroquia de Maldonado
					¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?	Entrevista	Guía de la entrevista	Productores guayaberos de la parroquia de Maldonado
					¿Cuál es la capacidad de producción en escala?	Entrevista	Guía de la entrevista	Productores guayaberos de la parroquia de Maldonado
				Producto	¿Cuál son las características del producto?	Observación	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador
¿Capacidad de producto a procesar?	Observación	Fichas Bibliográficas	Productores guayaberos de la parroquia de Maldonado					
¿Cuál es la competencia nacional?	Observación	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador					
Exportación	¿Cuáles son las características del embarque?	Observación	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador				
	¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Francia?	Observación	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador				
	¿Cuáles son los costos en origen?	Observación	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador				
	¿Cuáles son los costos en destino?	Observación	Fichas Bibliográficas	Pro Ecuador				
Comercialización	Según Kotler (2003), es el intercambio de bienes y servicios entre países a cambio de una utilidad	Oferta						

Fuente: Investigación Realizada
Elaborador Por: Janneth Reina

3.6. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Fuentes primarias: Se recolectará información, en bases de datos de fuentes de información confiables como: Pro Ecuador (Fichas técnicas y comerciales del país de Francia), Banco Central del Ecuador (Datos estadísticos), Proexport, TradeMap.

Fuentes secundarias: A través de la recolección de información en sitios web, se obtendrá información del país en destino, en este caso Francia y las oportunidades de mercados internaciones para la exportación de pulpa de guayaba.

3.6.1. Plan de recolección de información.

Para la recolección de información, en primer lugar, se obtuvo información documental, para lo cual, se utilizaran libros relacionados con las oportunidades de mercados, documentos escritos, artículos de periódicos y medios de comunicación relevantes a esta investigación. También se recolectaran datos estadísticos concernientes a las exportaciones, importaciones del producto.

Además, se utilizaran fuentes de información y técnicas de recolección como la entrevista y fichas bibliográficas relacionadas con las dos variables de estudio, para poder determinar la producción, las variedades de producto, los sectores productivos, entre otros, con el fin de saber si existe materia prima suficiente para procesar la pulpa como producto terminado que se requiere en Paris – Francia, para su comercialización. Por esta razón, se estructuraran las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las características del producto?
- ¿Cuáles son los proveedores del sector?
- ¿Cómo se calcula el costo de producción del producto?
- ¿Cantidad de producto a procesar?
- ¿Cuál es la estrategia para que el producto salga al mercado?

Además se contará con la entrevista dirigida a los productores de la parroquia de Maldonado, que comercializan la guayaba. Una vez obtenida la información necesaria, se procederá a la interpretación de resultados.

3.7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Según Eyssautier (2011), se considera entrevista “a un intercambio conversacional entre dos o más personas con la finalidad de obtener información, datos o hechos sobre el problema y la hipótesis”. (p.222). Para la presente investigación se realizó la entrevista estructurada, con la finalidad de obtener la información requerida para el desarrollo del proyecto.

Culminado el plan de recolección de la información, se realizará el procesamiento de la información en el cual se analizará y se interpretará los datos recolectados, tomando la información más elemental, que servirá como base para el desarrollo del sector ofertante, en este caso, el estudio del mercado interno para la comercialización de pulpa de guayaba.

3.8. ANÁLISIS SITUACIONAL PARA SELECCIONAR LA MEJOR OPCIÓN DE MERCADO INTERNACIONAL

3.8.1. Factores políticos

Tabla 11: Factor Político " Gobierno "

FRANCIA 	CHILE 	ESPAÑA 
Inconformidad notable con el presidente, Gobierno demócrata.	Posee un gobierno estable	España se ha convertido en uno de los países más descentralizados de Europa

Fuente: Guía Comercial, Francia, Chile, España, PROECUADOR

Elaborador Por: Janneth Reina

La exigencia de Francia de alcanzar un acuerdo de comercio entre los países, ha sido causa de conflictos y cuestionamientos, dentro de las dignidades del gobierno, las cuales, han llegado a poner en riesgo las negociaciones

comerciales por discrepancias sobre la política de comercio exterior, ya que, tiene un gobierno democrata, es decir, organización dentro del estado, en la cual las decisiones colectivas son adoptadas por el pueblo mediante mecanismos de participación directa o indirecta que confieren justicia a sus representantes. Por otro lado Chile, cuenta con un gobierno estable, con relaciones diplomáticas con algunos países a nivel mundial, posee tres poderes para los cuales son divididos de acuerdo a su poder, además se puede decir que España se ha convertido en uno de los países más descentralizados de Europa.

Acuerdos Comerciales

Un acuerdo comercial, es un convenio que existe entre los países, ya sea bilateral o multilateral, con el fin de conformar un interés común para aumentar el intercambio comercial, estos acuerdos ayudarán a concretar las facilidades de entrada del producto, en este caso la pulpa de guayaba a la mejor opción del mercado internacional.

Tabla 12: Acuerdos Comerciales

FRANCIA 	CHILE 	ESPAÑA 
-Acuerdo Sistema Generalizado de preferencias Arancelarias (SGP PLUS). -Acuerdo para la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo, suscrito entre Ecuador y Francia. -Acuerdo de Asociación con los países de la Comunidad Andina. Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea (UE)	-Acuerdo de complementación económica (ACE) 65. -Acuerdo de Asociación entre Ecuador y Chile.	-Acuerdo Sistema Generalizado de preferencias Arancelarias (SGP PLUS). -Acuerdo Complementario General de Cooperación.

Fuente: Guía Comercial, Francia, Chile, España, Pro Ecuador, 2015, Ministerio de Comercio Exterior /Acuerdos comerciales de Chile y Francia, Ministerio de Relaciones Exteriores, 2015 embajada de Chile y Ecuador.

Elaborador Por: Janneth Reina

Francia al encontrarse, dentro de la Unión Europea, se beneficia de los diferentes acuerdos, existentes en este país y con diversos países alrededor del mundo, entre ellos Ecuador, cuyas exportaciones en el período 2009 – 2014, de productos no tradicionales hacia la Unión Europea representaron el 16.4% en términos FOB y el 12.9% en toneladas. (Ficha Técnica de Francia, PRO

ECUADOR).tomando en cuenta el acuerdo del SGP Plus, que tiene Ecuador con la Unión Europea.

La comunidad Europea en virtud del Sistema Generalizado de preferencias (SGP), otorga a los países en vías de desarrollo franquicias de derechos de aduana o de aranceles reducidos sobre sus exportaciones. El esquema del SGP, tiene como principal objetivo contribuir a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible y la gobernanza. (Guía Comercial, España, Pro Ecuador, 2014).

Otro acuerdo que tiene Francia con Ecuador es la Cooperación en el área de la Economía Solidaria y Comercio Justo, suscrito entre Ecuador y Francia.

Según el Ministerio de Comercio Exterior dentro de los acuerdos comerciales “tiene como objetivo promover la colaboración entre el Ministerio de Comercio Exterior y Ministerio De Inclusión Económica y Social de la República del Ecuador y el Ministerio delegado encargado de la Económica Social y Solidaria y del consumo de Francia, para el desarrollo de la economía popular y así como del comercio junto, de conformidad con su respectiva legislación nacional y en base a la facultades y la competencia respectivas.

Este acuerdo profundiza y desarrolla a la colaboración económica, en los sectores: agropecuario, industrial, manufacturero artesanal, comercial y de servicios con la finalidad de promover el desarrollo de cada país.

Por último se tiene, el acuerdo de Asociación con los países de la Comunidad Andina, el cual busca profundizar una zona de libre comercio, entre estos países para la comercialización de productos y puedan ingresar a la Unión Europea. Y el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea (UE), el mismo que trata de mejorar y crear nuevas oportunidades de comercio e inversión, fomentando la competitividad y la innovación, así como la modernización productiva y la facilitación del comercio y la transferencia de tecnológica del país.

En cambio, Chile cuenta con un acuerdo de complementación económica (ACE) N° 65, esta denominación usan los países latinoamericanos en los diferentes acuerdos bilaterales que contraen entre sí, para abrir recíprocamente sus

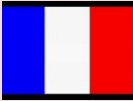


mercados de mercancías, los que se inscriben en el marco jurídico de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Los ACE apuntan a objetivos integradores de apertura de mercados mayores. (Ministerio de Relaciones Exteriores), este acuerdo ayuda al desarrollo de ambas partes para el ingreso de productos ecuatorianos a Chile. Por otro lado, el Acuerdo de Asociación entre Ecuador y Chile contribuye a fortalecer y profundizar la relación bilateral, fundada en la comunidad de intereses, en relación de amistad y en los principios de solidaridad y beneficio equitativo.

España perteneciente a la Unión Europea también se favorece del acuerdo SGP Plus, por otro lado el Acuerdo Complementario General de Cooperación contribuye al área productiva que implica un importante esfuerzo en la transferencia de conocimientos, tecnología e innovación, a través de cooperación técnica e intercambio de experiencias.

Política Comercial

Son acciones comprendidas por los gobiernos para promover o impedir las importaciones de bienes y servicios. Este tipo de normatividad la establece cada país con base en su normatividad legal. (Lerma, 2010).

Tabla 13: Política Comercial

<p style="text-align: center;">FRANCIA</p> 	<p style="text-align: center;">CHILE</p> 	<p style="text-align: center;">ESPAÑA</p> 
<p>Dentro de los tres países la política comercial es bien explícita, puesto que, para la exportación de cada producto se debería sacar certificados sanitarios y fitosanitarios para la salubridad del producto, además el producto debe cumplir con estándares de calidad.</p> <p>Dentro de la política comercial Francia es un país que acoge al mercado extranjero, con productos de innovación tomando como referencia los acuerdos, normas y leyes para la exportación e importación de productos en este caso de Ecuador.</p> <p>Dentro de la UE se puede mencionar los acuerdos del régimen de preferencias generalizadas (SGP PLUS), otorgando aranceles reducidos que acoge a países en vía de desarrollo para productos que ingresan al mercado Europeo.</p> <p>Mientras que España dentro de la política comercial tiene los mismos aspectos que la unión europea tomando en cuenta su normativa sus acuerdos y leyes para las exportaciones.</p>		


Fuente: Guía Comercial, Francia, Chile, España, Pro Ecuador, 2014

Elaborador Por: Janneth Reina

Aspectos legales

El entorno legal consiste en todas las leyes, decretos, reglamentos y normas que afectan al marketing internacional, que difiere de un país a otro y afecta a la distribución de productos, la promoción, las especificaciones técnicas y de seguridad del producto y las normas relativas para el ingreso del producto al mercado. (Lerma, 2010).


Tabla 14: Factores Legales Francia

FRANCIA	
	
Barreras arancelarias y No arancelarias	<p>Según Pro Ecuador (2014), Francia cuenta con el TVA (Impuesto sobre el valor agregado) del 20% y tres tipos reducidos del 10% para los productos de origen agrícola, pesca, piscicultura y avicultura; 5.5% para ciertos productos alimenticios, agua, libros etc.; y el 2.1% para medicamentos. Según la partida 2008.99 los demás frutos preparados Ecuador tiene una tarifa arancelaria del 0.23%, pero tomando en cuenta el acuerdo que existe entre estos dos países este porcentaje se acoge a la preferencia arancelaria de libre impuestos (SGP Plus).</p> <p>Los países en vías de desarrollo se benefician de franquicias de derechos de aduana o de aranceles reducidos sobre sus exportaciones al mercado comunitario en virtud del Sistema Generalizado de preferencias Arancelarias (SGP Plus), que se aplica a 7,200 productos, El esquema de este acuerdo tiene como principal objetivo contribuir a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible y la gobernanza. (Ficha <i>Comercial de Francia</i>, PROECUADOR, 2013).</p> <p>Dentro de las preferencias arancelarias la Unión Europea no tiene barreras arancelarias para productos alimenticios porque se benefician del acuerdo que existe SGP+ pero cuenta con barreras no arancelarias para productos alimenticios y productos nacionales además cuenta con un proceso dentro de las medidas sanitarias y fitosanitarias que este país aplica con la finalidad de que los productos lleguen en buenas condiciones al mercado europeo.</p> <p>“En el marco de la legislación de la Unión Europea, existe una serie de regulaciones de carácter general, que aplican a todos los productos alimenticios sin importar si son frescos o procesados. Como el embalaje, el empaque que certificados que se emiten al momento de la exportación y que normas legales se requiere para el ingreso del producto” (Ficha <i>Comercial de Francia</i>, PROECUADOR, 2013).</p>

Fuente: Guía Comercial de Francia, Pro Ecuador, 2014

Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 15: Factores Legales de Chile

CHILE 	
Barreras arancelarias Y No arancelarias	<p>Según Pro Ecuador, (2014), dentro de las barreras arancelarias para el ingreso de frutas desde Ecuador a Chile cuenta con un 0% de aranceles pero dentro de la partida 2008.99 que es los demás frutos preparados tienen un porcentaje del 6% de arancel pero tomando en cuenta el acuerdo firmado de Complementación Económica AAP. CE. No. 65 entre Ecuador y Chile, dentro de esta partida tiene un Gravamen de Preferencial Acordado (GPA) que es el 0%, este es un beneficio para el ingreso de productos exportados desde Ecuador.</p> <p>Chile cuenta con barreras arancelarias y no arancelarias para productos alimenticios y agrícolas y con medidas sanitarias y fitosanitarias Chile tiene una protección dentro del medio ambiente y con la calidad de los productos que ingresan a su país, dentro de “La normativa chilena en materia de sanidad animal y vegetal no ha sufrido cambios fundamentales No existe un reglamento general que rija el procedimiento de elaboración y notificación de medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF); cada institución competente sigue sus procedimientos internos.” (Ficha Comercial de Chile, PROECUADOR, 2013).</p>

Fuente: Guía Comercial de Chile, Pro Ecuador, 2014

Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 16: Factores Legales España

ESPAÑA 	
Barreras arancelarias y No arancelarias	<p>España se rige por los Acuerdos Comerciales suscritos por la Unión Europea con terceros países o regiones. En este sentido cabe destacar acuerdos y preferencias. Los países en vías de desarrollo se benefician de franquicias de derechos de aduana o de aranceles reducidos sobre sus exportaciones al mercado comunitario en virtud del Sistema Generalizado de preferencias (SGP). Este sistema tiene como principal objetivo contribuir a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible y la gobernanza. (Ficha Comercial de España, PROECUADOR, 2013). Tomando en cuenta que como España pertenece a la Unión Europea también se rige a las medidas sanitarias y fitosanitarias cumpliendo con cada una de las normas para proteger la salud del consumidor.</p>

Fuente: Guía Comercial De España, Pro Ecuador, 2014

Elaborado Por: Janneth Reina

3.8.2. Factores económicos

PIB (Producto Interno Bruto)

Se usa el análisis del PIB con el fin de medir el tamaño de la economía de los países en estudio, a través de una escala, que permitirá comparar el comportamiento de su economía año tras año. (Krugman & Wells, 2008).

Tabla 17: Producto Interno Bruto PIB

FRANCIA 	CHILE 	ESPAÑA 
USD 2.90 Billones Crecimiento del PIB 0.4%	USD 281.74 Mil Millones Crecimiento del PIB 0.1%	USD 1400.00 Mil Millones Crecimiento del PIB 1.3%

Fuente: Ficha Comercial de Francia, Chile, España, Pro Ecuador, 2015




Elaborado Por: Janneth Reina

Según la tabla anterior, el país más productivo es Francia que tiene 2.90 Billones y un crecimiento del 0.4%, tomado como un porcentaje bajo a diferencia de los demás países, puesto que, este indicador no registra datos en función de la producción de pulpa de fruta, más bien son datos en otras actividades de producción en forma general, mientras que Chile y España cuentan con porcentajes bajos en función de su económica, este factor es una amenaza al momento del ingreso de un producto, pero a diferencia España tiene un crecimiento alto en su PIB, esto se debe a varios factores como su capacidad de producción. El PIB muestra las producciones de bienes y servicios en base a su comercialización y adquisición de bienes.

PIB per cápita

Este indicador es fundamental, puesto que, ayuda a determinar la capacidad de compra de cada uno de los habitantes de cada país para ingresar al mercado y la adquisición de bienes o servicios.

Tabla 18: PIB Per cápita

FRANCIA 	CHILE 	ESPAÑA 
USD 43.768	USD 16.223	USD 29,327
Composición del PIB por sector	Composición del PIB por sector	Composición del PIB por sector
Agricultura: 1.7% Industria: 19.4% Servicios: 78.9%	Agricultura: 3.6% Industria: 35.4% Servicios: 61.0%	Agricultura: 3.2% Industria: 25.4% Servicios: 71.4%

Fuente: Ficha Comercial de Francia, Chile, España, Pro Ecuador, 2015




Elaborado por: Janneth Reina

Como se observa, en el cuadro anterior el consumo de habitantes de acuerdo al PIB per cápita, para Francia cuenta con un alto valor a diferencia de España, tomando en cuenta la composición por sector, mientras que Chile cuenta con un PIB per cápita bajo, pero dentro de la composición por sector cuenta con porcentajes altos.

Inflación

La inflación es el incremento de precios en cada país según la adquisición de bienes o servicios.

Tabla 19: Inflación

FRANCIA 	CHILE 	ESPAÑA 
0.7%	1.7%	-0.1%

Fuente: Ficha Comercial de Francia, Chile, España, Pro Ecuador, 2015

Elaborado por: Janneth Reina

El factor de la inflación, se origina dentro de la economía del país, las necesidades que tiene cada uno y la poca adquisición de bienes y servicios, es por eso, que la inflación varia cada año, esto depende de la población al momento de adquirir bienes o de acuerdo a la escases tanto de la población como del país.

Por lo que podemos observar en la tabla anterior, España tiene una inflación negativa denominada técnicamente deflación es peor que la inflación positiva, porque indica que la economía se paraliza, a diferencia de los otros dos países Chile cuenta con una inflación alta a diferencia de Francia que su inflación es baja.

Balanza comercial

Es un registro total de las exportaciones e importaciones de un país en un determinado periodo, es un complemento de la balanza de pagos, que ayuda a determinar las relaciones comerciales que existe entre países.

Balanza comercial de Francia

Los datos reflejados en la balanza comercial de Francia dentro de las exportaciones tienen incrementos constantes desde el año 2010-2014, tomando como referencia los 5 productos más exportados desde Ecuador hacia Francia, entre ellos: los atunes, camarones, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, los demás preparaciones y conservas de pescado y rosas, estas exportaciones son relativas y constantes en beneficio al país.

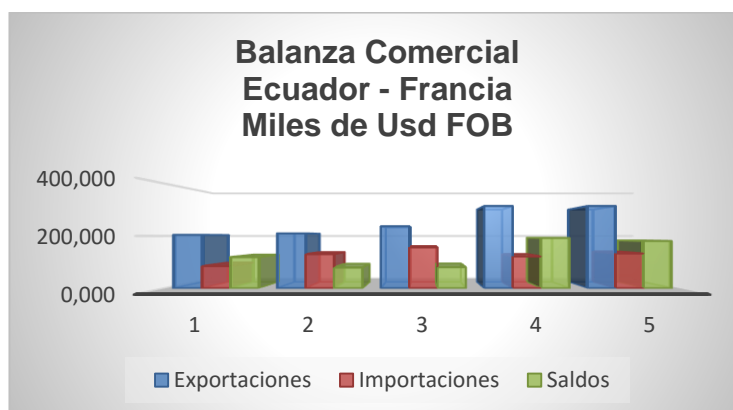
Tabla 20: Balanza Comercial Ecuador – Francia

Balanza Comercial Ecuador - Francia Miles de USD FOB					
Años	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	204,281	209,904	237,138	314,409	314,18
Importaciones	84,972	130,407	156,384	121,965	133,271
Saldo	119,309	79,497	80,754	192,444	180,909
Total Intercambio	289,253	340,311	393,522	436,374	447,451

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Janneth Reina

Gráfico 2: Balanza Comercial Ecuador – Francia



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Janneth Reina

Por otra parte, las importaciones entre Ecuador y Francia incrementan desde el año 2010-2012, pero en el año 2013 decrece un 0.22%, es decir, que Ecuador para este año bajo su adquisición de productos provenientes desde Francia. Tomando en cuenta estos datos, se puede decir que dentro de la balanza comercial, tenemos un superávit ya que las exportaciones son altas que las importaciones.

Balanza comercial de Chile

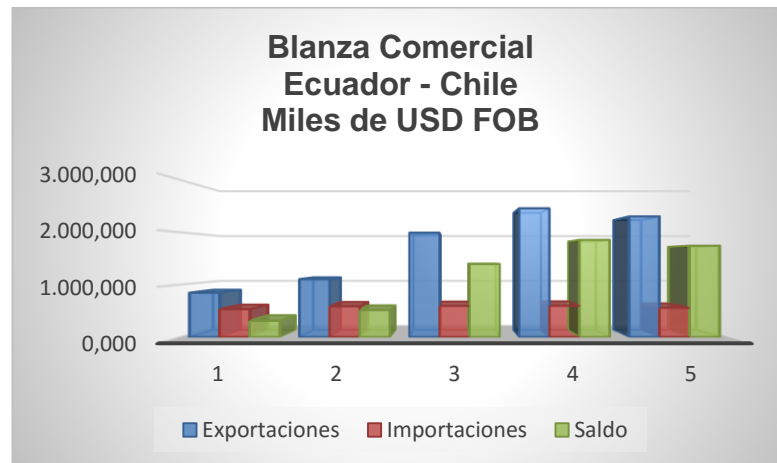
Tabla 21: Balanza Comercial Ecuador – Chile

Balanza Comercial Ecuador - Chile Miles de USD FOB					
Años	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	846,629	1106,159	1.990,564	2.455,268	2.300,953
Importaciones	533,940	588,676	597,065	600,978	558,326
Saldo	312,689	517,483	1.393,499	1.854,290	1.742,627
Total Intercambio	1.380,569	1.694,835	2.587,629	3.056,246	2.859,279

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por : Janneth Reina

Gráfico 3: Balanza Comercial Ecuador – Chile



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado Por: Janneth Reina

De acuerdo a la base de datos requerida podemos decir que Chile, tiene unas exportaciones altas desde el 2010-2014, tomando como referencia sus 5 productos más exportados desde Ecuador hacia Chile, entre los cuales se tiene: aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, atunes, grasas y aceites vegetales, palmitos y piñas, este factor ayuda al incremento constante en sus exportaciones en beneficio al país.

Mientras que las importaciones desde Ecuador hacia Chile se incrementan desde el 2010-2013, mientras que en el 2014 hubo un decrecimiento del 1.92%, esto se puede deber a que Ecuador no adquirió, constantemente sus productos, por otra parte se puede decir que la balanza comercial entre estos dos países tiene un superávit, debido a que sus exportaciones crecen contantemente a diferencia de sus importaciones, esta relatividad es factible para poder ingresar al mercado chileno.

Balanza comercial de España

De acuerdo, a la base de datos del Banco Central del Ecuador, las exportaciones totales desde Ecuador hacia España, en el año 2012 tiene un déficit de -141.795 millones, igualmente en el año 2014 con un déficit de -91.633 millones, mientras que sus importaciones crecen constantemente, por este motivo existe un déficit

dentro de la balanza comercial, ya que, sus importaciones son mayores que las exportaciones.

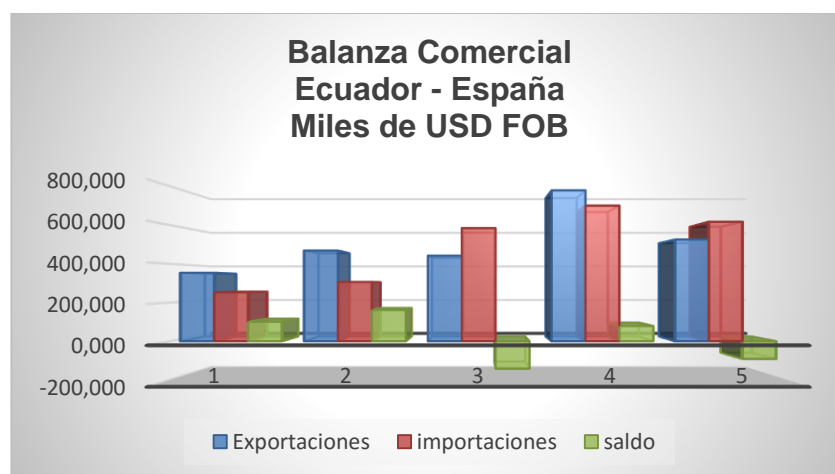
Tabla 22: Balanza Comercial Ecuador – España

Balanza Comercial Ecuador - España Miles de USD FOB					
Año	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	354,200	468,410	441,843	778,099	524,958
Importaciones	253,130	306,899	583,637	699,347	616,591
Saldo	101,070	161,511	-141,794	78,752	-91,633
Total Intercambio	607,330	775,309	1025,480	1477,446	1141,549

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Janneth Reina

Gráfico 4: Balanza Comercial Ecuador – España



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Janneth Reina

Por otra parte, dentro de las exportaciones desde Ecuador hacia España se encuentran los 5 principales productos que se exporta, entre ellos: atunes, camarones, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, los demás preparaciones de conserva de pescado y rosas, debido a la información requerida anteriormente se puede decir que Ecuador importa en mayor cantidad, a la que exporta.

Exportaciones según la sub partida arancelaria 2008.99.99 por Nandina

Tabla 23: Exportaciones según la partida 2008.99

CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA (TONELADAS Y MILES DE DÓLARES) 2013- 2015					
Subpartida Nandina	Descripción Nandina	País	Toneladas	FOB - Dólar	%Total FOB Dólar
200899900	Los demás	Estados unidos	16.99,00	33.225,68	11.58
		Puerto rico	1.724,87	3.444,39	1.21
		España	944,53	3.427,71	1.2
		Canadá	944,73	2.818,62	0.99
		Holanda (Países bajos)	612,14	1.844,23	0.65
		Francia	528,9	1.676,24	0.59
		Alemania	364,09	1.091,85	0.39
		Japón	935,73	959,14	0.34
		Reino unido	220,5	549,68	0.20
		Polonia	724	354,80	0.13
		Chile	67,01	264,84	0.10
		México	203,73	212,23	0.08

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013- 2015)

Elaborado Por: Janneth Reina

Según datos del Banco Central del Ecuador, se puede decir, que dentro de la subpartida 2008.99.99; Estados Unidos exporta 16.99, 00 toneladas y un valor en FOB de 33.225,68 Miles de Dólares, tomando como referencia los años 2013 – 2015, esto quiere decir que las exportaciones de esta subpartida van encaminadas a este país como fuente de ingreso de productos ecuatorianos. Por otro lado los países de Puerto Rico y España ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente dentro de las exportaciones ecuatorianas.




Mientras que Francia y Chile ocupan el sexto y onceavo lugar respectivamente dando como resultado que Francia exporta un total de 528.90 toneladas en el año 2013 y 2015, este dato ayuda a identificar la oportunidad de mercado para poder ingresar la pulpa de guayaba, según la subpartida 2008.99, los demás frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.

3.8.3. Factor social

Tamaño de la población.

Es el total de habitantes de un área específica en un tiempo determinado. Este indicador proporciona datos sobre el número de posibles consumidores. (Lerma, 2010).

Tabla 24: Tamaño de la Población

FRANCIA	CHILE	ESPAÑA
		
66.259.012	17.363.894	47,737,941
Tasa de crecimiento poblacional	Tasa de crecimiento poblacional	Tasa de crecimiento poblacional
0.45%	0.84%	0.81%

Fuente: Ficha Comercial de Francia, Chile, España, Pro Ecuador, 2015




Elaborado por: Janneth Reina

Este factor da a conocer el número de habitantes en cada país y los posibles consumidores de bienes y servicios, además se toma como referencia la tasa de crecimiento anual de cada país; Chile cuenta con una tasa alta seguida por España y por último con un porcentaje bajo Francia.

Tasa de desempleo

Ayuda a determinar el nivel de ingreso dentro de las familias en cada país, además a consecuencia de este índice se reduce el consumo o adquisición de bienes y productos por falta de un trabajo estable.

Tabla 25: Tasa de Desempleo

FRANCIA	CHILE	España
		
10.5%	6.4%	24.3%

Fuente: Ficha Comercial de Francia Chile, España, Pro Ecuador, 2015

Elaborado Por: Janneth Reina

3.8.4. Factores tecnológicos

Según, Lerma (2010), manifiesta que la tecnología dentro del entorno afecta de forma más directa al desarrollo de productos, procesos y sistemas de distribución y a las actividades del marketing, en él se crean las innovaciones, los avances y los progresos que permiten el desarrollo de nuevos y mejores productos, por lo tanto, las empresas se vuelven más mecánicas e industriales, la tecnología debe ser invertida en buenas aplicaciones y dentro del comercio internacional, este factor ayuda a tener más facilidades de acuerdos y contratos vía internet, en redes sociales donde se facilita los contactos de negocios entre el comprador y el vendedor, dando como resultado procesos de transacciones comerciales de forma rápida.

Tabla 26: Factor Tecnológico en Francia

FRANCIA

<p>Según la Agencia Francesa para las Inversiones Internacionales AFII confirma “la alta implicación de los grupos extranjeros presentes según la I&D (investigación y Desarrollo) Las filiales extranjeras participan en el esfuerzo de investigación y desarrollo de la economía francesa.”(p. 1), por otro lado la cuota en los gastos interiores en I&D realizados por las empresas, en el territorio nacional es de un 29 % (2014). Esta contribución es más alta que aquella valorada para Estados Unidos (un 14 %), Japón (un 5 %) o también Finlandia (un 15 %).</p> <p>Además, un 74 % de los dirigentes de empresas extranjeras interrogados en el marco del sondeo anual (octubre de 2014) citan la innovación y las actividades de I&D entre los primeros factores de atractividad de Francia. “En este ámbito se aprecian la proximidad de los mercados y de otras actividades empresariales (un 77 %), la calidad de las plantillas de I&D (un 76 %), las posibilidades de cooperación con equipos de investigación académicos (un 73 %), la proximidad de las áreas de competitividad francesas (un 73 %) y el nivel de las ayudas públicas en I&D (un 68 %)”, precisa la AFII.</p>

Fuente: Agencia Francesa para las Inversiones Internacionales, 2014

Elaborado por : Janneth Reina

Tabla 27: Factor Tecnológico de Chile

CHILE

<p>Dentro de la ciencia la tecnología de Chile, el financiamiento para actividades relacionadas a la investigación y al desarrollo, (I&D) la principal fuente es el Estado, con 38%, superando a empresas (34%). Entre los principales ejecutores del gasto, destacan las instituciones de educación superior (39%) y las empresas (36%). Según el Instituto Nacional de Estadísticas en Chile.</p> <p>Los sectores con mayor gasto en I+D fueron la industria manufacturera con (21,9%) y la explotación de minas (7,4%). A nivel territorial, Santiago es la región donde se ejecutan la mayor cantidad de investigaciones, representando el 66,17% del total.</p> <p>Dentro de la tecnología Chile ayuda a las PYMES con el fin de industrializarse y encaminadas a la mejora continua de sus productos tomando como referencia también las relaciones comerciales que hay entre los países utilizando mecanismos de distribución y logística utilizando la tecnología continua.</p>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas en Chile, 2014

Elaborado Por : Janneth Reina

Tabla 28: Factor Tecnológico de España

ESPAÑA

<p>Según Ministerio de Economía y Competitividad, España, en su publicación denominada, Estrategia Española de Ciencia y Tecnología y de Innovación 2013 – 2020, constituye una herramienta para potenciar el conjunto de las capacidades del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación, de esta manera incrementando los derivados de la inversión en I+D+i. Por ello, contempla las actividades de I+D+i desde una perspectiva general, consciente de que los resultados no responden a una lógica directa sino que son fruto de múltiples formas de interacción entre todos los agentes del Sistema tecnológico.</p> <p>El crecimiento registrado dentro de la I+D+i. se encuentra en la materia de producción científica junto a la mejora en la calidad e impacto internacional de la misma, tomando como referencias empresas industriales para la exportación de productos de buena calidad mejorando la competitividad en el mercado.</p>

Fuente: Ministerio de Economía y Competitividad, 2013 – 2020

Elaborado Por : Janneth Reina

3.9. Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).

Este método permite identificar y valorar las oportunidades y amenazas que ofrece el medio buscando alternativas de mercado internacional en relación a los tres países de estudio.

Valoración:

OPORTUNIDADES	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1
AMENAZAS	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1

Tabla 29: Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM).

TABULACIÓN	FRANCIA				CHILE				ESPAÑA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES POLÍTICOS												
Gobierno			MEDIO	2	MEDIO	2			MEDIO	2		
Acuerdos Comerciales	ALTO	3			ALTO	3			ALTO	3		
Política Comercial	ALTO	3			ALTO	3			ALTO	3		
Aspectos Legales	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
	SUMA	9	SUMA	2	SUMA	10	SUMA	0	SUMA	10	SUMA	0
	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,66	PROMEDIO	0

TABULACIÓN	FRANCIA				CHILE				ESPAÑA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES ECONÓMICOS												
PIB	ALTO	3					BAJO	1	MEDIO	2		
PIB (Per Cápita)	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Inflación	MEDIO	2			ALTO	3					BAJO	1
Balanza Comercial	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
Exportaciones según Nandina	MEDIO	2					BAJO	1	ALTO	3		
	SUMA	12	SUMA	0	SUMA	8	SUMA	2	SUMA	8	SUMA	1
	PROMEDIO	6	PROMEDIO	0	PROMEDIO	8	PROMEDIO	2	PROMEDIO	4	PROMEDIO	0,5

TABULACIÓN	FRANCIA				CHILE				ESPAÑA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTOR SOCIAL	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Tamaño de Población	ALTO	3					BAJO	1	MEDIO	2		
Tasa de Desempleo			BAJO	1	MEDIO	2					BAJO	1
	SUMA	3	SUMA	1	SUMA	2	SUMA	1	SUMA	2	SUMA	1
	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	0,66	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	0,66	PROMEDIO	0,33

TABULACIÓN	FRANCIA				CHILE				ESPAÑA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES TECNOLÓGICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Tecnología	ALTO	3					BAJO	1	ALTO	3		
	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	0	SUMA	1	SUMA	3	SUMA	0
	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1	PROMEDIO	3	PROMEDIO	0

	FRANCIA		CHILE		ESPAÑA	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES POLITICOS	6,00	0,33	2,00	0,00	1,67	0,00
FACTORES ECONOMICOS	6,00	0,00	8,00	2,00	4,00	0,50
FACTOR SOCIAL	1,00	0,33	0,67	0,33	0,67	0,33
FACTORES TECNOLOGICOS	3,00	0,00	0,00	1,00	3,00	0,00
SUMA	16,00	0,67	10,67	3,33	9,33	0,83
PROMEDIO	4,00	0,17	2,67	0,83	2,33	0,21
	3,83		1,83		2,13	

De acuerdo al análisis del POAM, se ha determinado la mejor opción del mercado internacional, para la comercialización de pulpa de guayaba desde la parroquia de Maldonado – Ecuador, según los datos obtenidos, después de analizar las oportunidades y amenazas de cada uno de los mercados estudiados, el país seleccionado fue Francia.

Francia cuenta con una economía estable, además, por pertenecer a la Unión Europea, está inmersa en algunos acuerdos comerciales, entre ellos el (SGP PLUS), mismo que beneficia a los productos ecuatorianos, liberándolos del pago de arancel, lo cual incrementa la competitividad de estos, al ingreso al mercado. Por otro lado, tomando estos aspectos sirvieron como base para la segmentación del mercado de Francia, teniendo a la ciudad de Paris como nicho de mercado para la comercialización de la pulpa de guayaba desde la parroquia de Maldonado, Provincia del Carchi – Ecuador.

3.9.1. Análisis Externo: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

Dentro del análisis del factor político, el gobierno de Francia no es estable, debido a las discrepancias que existen entre los miembros que lo conforman, este factor representa una amenaza para el ingreso del producto ecuatoriano, puesto que, es un país con tendencias exigibles.

Por otra parte, se encuentran los acuerdos comerciales vigentes entre Ecuador y Francia, el cual tiene un alto impacto, puesto que, dentro del sistema generalizado de preferencias arancelarias (SGP PLUS) se lleva a cabo la liberación del pago de aranceles a los productos ecuatorianos, que representa una oportunidad para el ingreso de pulpa de guayaba al mercado francés.

De igual manera, al contar con el acuerdo (SGP PLUS), se eliminan las barreras arancelarias, las cuales, representa una oportunidad de alto impacto, puesto que, al ser producto ecuatoriano, únicamente se debe presentar el certificado de origen y automáticamente, se tendrá la liberación del 100% del pago de ad – valórem.

En cambio, existen algunas barreras no arancelarias, para los productos de consumo, el producto debe contar con estándares de calidad según su envase, empaque y embalaje, estipulados en los diferentes reglamentos que este país dispone.

Dentro del análisis del PIB, se puede decir, que Francia tiene una estabilidad económica y social, siendo esta, una oportunidad de alto impacto, puesto que, al estar en crecimiento asegura que los niveles de comercio en este país se mantengan o crezcan, además, la inflación en este país es baja, es decir, el incremento del poder adquisitivo del consumidor, incrementa el volumen de ventas del producto, generando una oportunidad debido a la estabilidad de precios.

La población actual de Francia, tiene un constante crecimiento, representando una oportunidad de alto impacto, puesto que, existe una mayor cantidad de consumidores para la pulpa de guayaba, mientras que la tasa de desempleo representa una amenaza, ya que, el índice se reduce el consumo adquisitivo de los diferentes productos, por la falta de un trabajo estable. Por último, el análisis de la balanza comercial, permitió conocer la relación entre Ecuador y Francia, reflejando un crecimiento de la demanda y aceptación del mercado por lo tanto es una oportunidad para poder ingresar al mercado francés.

3.10. ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR

Gráfico 5: Mapa del Ecuador



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

3.10.1. Factor Político

Según el Art: 284.- La Política Económica se basa en Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.(CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR, 2008), como también incentivar las exportaciones y disminuir a las importaciones esta ley promovida por el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión (COPCI, 2008).

Por otro lado dentro de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), según las disposiciones expuestas por la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los alimentos se encarga de certificar los productos provenientes del agro, de tal forma que se asegure el consumo de producto ecuatoriano para su comercialización. De igual forma, esta entidad tiene como fin, supervisar las actividades agrícolas nacionales que se encuentran respaldadas por las normas nacionales e internacionales para el mejoramiento de la producción agrícola y la calidad de los insumos.

Barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación de pulpa de guayaba.

Dentro de las preferencias arancelarias, Ecuador actualmente cuenta con el tratado: Sistema Generalizado de Preferencias SGP, mismo que es otorgado por algunos países desarrollados, entre ellos: Estados Unidos, Unión Europea y Japón, los beneficios de este tratado, no son dados a todos los productos de la oferta de un determinado país, sino que, son seleccionados unilateralmente por el país más desarrollado y están sujetos a revisión en forma periódica. (Pro Ecuador, Guía Comercial Ecuador, 2014, p. 29).

Para la exportación de preparados de fruta, conservas o purés, de origen ecuatoriano, se debe presentar además, el certificado fitosanitario (Véase en el

Anexo N° 2), que representa las condiciones de salubridad del producto. Para poder sacar, este certificado, se debe solicitar su emisión por parte del interesado, para lo cual, se realizará una inspección del producto.

El certificado tiene una vigencia máxima de 90 días calendarios contados desde su aprobación valido para un embarque, este es emitido por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD), institución adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Cabe mencionar, que por cada embarque que se realice, AGROCALIDAD hará una inspección previa del producto para la emisión de un certificado de inspección que luego se canjea por el certificado fitosanitario en puertos, aeropuertos y puertos fronterizos. (Véase en el Anexo 3).

3.10.2. Factor Económico

Tabla 30: Factores Socioeconómicos del Ecuador

INDICADOR	ÍNDICE
País	Ecuador
Capital	Quito
Población	15'774,749
PIB	87,502,365
PIB Per cápita	5,638
Crecimiento del PIB	5.14%
Inflación	2.70%
Taza de crecimiento poblacional	1.95%
Salario básico unificado	354.00 USD 2015
Tasa de desempleo	4.12%

Fuente: Guía Comercial Ecuador, Pro Ecuador, 2014

Elaborado Por : Janneth Reina

Ecuador está situado en la parte noroeste de América del Sur, limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, su capital es la ciudad de Quito. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2013),

la región, principalmente al norte del país, la gran parte de los habitantes se dedican a la agricultura.

Ecuador, cuenta con una población de 15'774,749 habitantes con un crecimiento poblacional de 1.95%, por otro lado, la tasa de desempleo se encuentra en el 4.12%. El salario básico unificado para el año 2015 es de 354 USD.

El PIB del Ecuador, ha presentado un creciente crecimiento del 5.14%, alcanzando un total de 87, 502,365 y con un PIB per cápita del 5,638, según datos de Pro Ecuador, 2013 la tasa de inflación fue de 4.27%, manteniéndose la más baja que países latinoamericanos como Argentina, Uruguay y Brasil.

Balanza Comercial entre Ecuador y Francia según la subpartida 2008.99.90.00

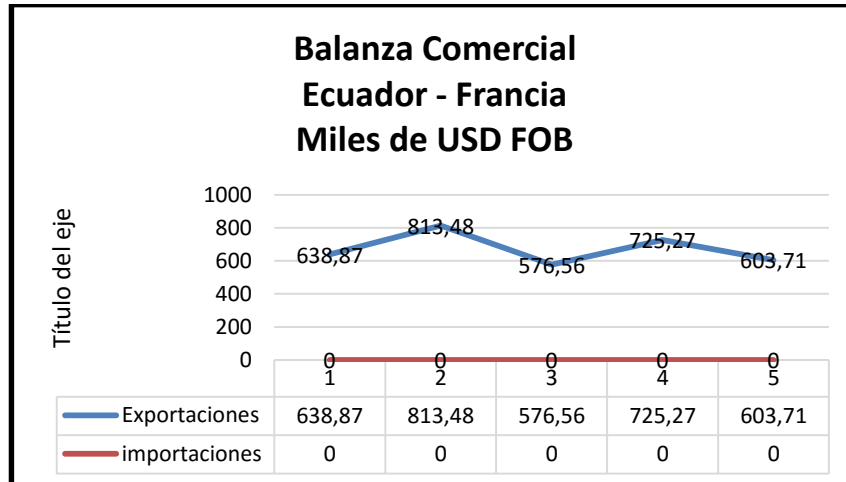
Tabla 31: Balanza Comercial Ecuador y Francia según la subpartida 2008.99.90.00

Balanza Comercial Ecuador - Francia Miles de USD FOB					
Año	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	638,87	813,48	576,56	725,27	603,71
Importaciones	0	0	0	0	0
Saldo	638,87	813,48	576,56	725,27	603,71
Total Intercambio	638,87	813,48	576,56	725,27	603,71

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Janneth Reina

Gráfico 6: Balanza Comercial Ecuador – Francia



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por : Janneth Reina

Según los datos de la subpartida 2008.99.90.00, se puede decir, que sus exportaciones en el año 2012 y 2013 crecen un 0.27%, a diferencia de los demás años, mientras que en el año 2010, 2013 y 2014 sus exportaciones decrecen debido a varios factores entre ellos, la inflación existente en ese país, es por eso que sus exportaciones bajan y existe una alteración en la adquisición de estos productos.

3.10.3. Factor Social

Situación actual del sector ofertante

El sector ofertante está conformado por productores independientes de Guayaba ubicados en Parroquia de Maldonado, lugar ubicado en el cantón Tulcán Provincia del Carchi; este grupo se ha dedicado por años al proceso de producción y comercialización de este fruto.

En cuanto a la comercialización no la realizan directamente ya que siempre ha existido intermediarios que les compran el producto a un precio bajo y además la venta la han realizado únicamente a nivel local, estos productores no han exportado internacionalmente este producto.

Análisis del sector oferente

Después de una investigación de campo realizada en la parroquia de Maldonado basada en una entrevista con los productores de guayaba, se puede decir que la producción de guayaba se la realiza por temporadas según el señor Edwin Chamba; productor y comercializador de guayaba afirma que la temporada productiva se la realiza desde Enero hasta Agosto, las mismas que se comercializan en cajas de madera en un precio que varía desde 2.25 hasta 3 dólares, también es necesario aclarar que cada caja pesa alrededor de 8 kilogramos, por otro lado los productores venden a personas intermediarias que llegan a la parroquia de Maldonado adquirir el producto y venderla a nivel local.

A continuación se detalla la lista de productores guayaberos que se encuentran en la parroquia de Maldonado para la adquisición de materia prima para la elaboración de pulpa de guayaba.

Tabla 32: Producción de Guayaba

Provisión Diaria					
Productores	Hectáreas Cultivadas de Guayaba	Cajas	Kg	Ventas por día	Kg
Edwin Chamba	6	50	400	160	64.000
Edgar Chamba	6	50	400	160	64.000
Luis Romo	3	25	200	48	9.600
Diego López	3	25	200	96	19.200
Alejandro Cárdenas	3	25	200	48	9.600
Paul Yapúd	2	16	128	32	4.096
José reyes	4	33	264	64	16.896
Manuel Higuera	1	8	64	16	1.024
Jacinto Ponce	2	16	128	32	4.096
Alfredo Cuaspúd	3	25	200	48	9.600
Total	33	273	2184	704	202.112

Fuente: Investigación a productores de Guayaba

Elaborado Por: Janneth Reina

Situación actual del Ecuador respecto a la pulpa de guayaba.

Gracias a su ubicación geográfica y la existencia de micro-climas, Ecuador posee una gran variedad de frutas no tradicionales dentro de su oferta exportable, donde es posible encontrar mango, piña, papaya hawaiana, maracuyá, granadilla, pitahaya, uvilla, limón Tahití, guayaba y palta o aguacate.

De acuerdo a información proporcionada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, del grupo de frutas no tradicionales del país, las más demandadas a nivel mundial son mango, guayaba, papaya y piña, donde gran parte de su consumo tiene lugar en EE.UU., Chile y países de la Unión Europea.

A nivel de industria de frutas procesadas, el país cuenta con producción como: maracuyá, guayaba y mango; en frutas deshidratadas uvilla, papaya, frutos rojos, mango, piña y pitahaya; en pulpas (uvilla, maracuyá, guayaba, guanábana, carambola, mango, papaya, coco, mora, frutilla, naranjilla o lulo, tomate de árbol, entre otras).

Los deshidratados son utilizados también en la industria local para darle valor agregado a otros productos que se exportan.

Por lo tanto se puede decir que dentro del Ecuador existe una oferta grande de las frutas no tradicionales para proporcionarles el valor agregado como son las pulpas ahora en la actualidad en el mercado local existen ya las pulpas por mayor facilidad para el consumidor, esto hace que hayan oportunidades de que el Ecuador puede ingresar a mercados internacionales con un producto innovador en este caso la pulpa de guayaba.

3.10.4. Factor Tecnológico

En el Ecuador la tecnología se enfoca en el uso del internet, la cual facilita el acceso a la información y la comunicación mediante redes sociales y páginas web, esta tecnología hace que las relación cotidianas sean más continuas.

Por otro lado enfocándose a las relaciones internacionales entre proveedores y compradores la tecnología es un medio de comunicación por vía internet utilizando como medio de comunicación las redes sociales y llegar a un acuerdo comercial para satisfacer necesidades en común.

Según el INEC manifiesta que 66 de cada 100 personas usaron el Internet tanto mujeres como hombres se conectan desde su hogar, accesos públicos, instituciones educativas y trabajo. En el 2014, Ecuador mejoró su posicionamiento en el Índice de Disponibilidad de Tecnología (NRI) en red, ocupando, actualmente, el puesto 82 entre 144 países estudiados.

Además, dentro de la Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), permitió conocer los principales indicadores relacionados a la investigación científica, ayudando al desarrollo tecnológico e innovación del país, así como el talento humano y los recursos, Según el INEC 36.21% empresas produjeron innovación con el uso de tecnologías a sus productos, esto ha incrementado porcentajes altos de la utilización de las tecnologías dentro de las empresas de industrialización para la utilización de tecnologías para innovación de sus productos.

3.11. ANÁLISIS DEL MERCADO PARIS – FRANCIA

Gráfico 7 : Mapa de Francia



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

Paris ha demostrado un rápido crecimiento demográfico por lo que en la actualidad demuestra una totalidad de 2,281.049, habitantes constituyéndose una de las principales ciudades con mayor población en Francia.

Tabla 33: Población de Paris

AÑO	POBLACIÓN PARIS
2010	2255950
2011	2257981
2012	2266221
2013	2270559
2014	2275804
2015	2281049

Fuente: Datos Macro de París

Elaborado Por: Janneth Reina

Salario Básico En Francia

El salario mínimo interprofesional en 2015 en Francia ha quedado fijado en 1.458 € al mes, es decir 17.496 euros al año, teniendo en cuenta que se consideran 12 pagas anuales, por lo tanto, el SMI ha subido 13 Euros mensuales respecto al año anterior, un 0,90%. Este incremento es mayor que el del IPC de 2014 que fue del 0,1%, por lo tanto los trabajadores han ganado poder adquisitivo en el último año. (datosmacro.com, Francia, 2015).

El salario básico unificado de Ecuador es un salario bajo que es de 354 USD a diferencia de Francia con un salario básico de 1458€ convirtiéndole a USD tomando en cuenta que el tipo de cambio 1€ = 1.12 el cambio a USD nos da como resultado el salario básico unificado en Francia de 1.656,23 USD, un salario alto a diferencia de Ecuador.

3.11.1. Gustos y preferencias

Los gustos o preferencias representan una variedad de características históricas y culturales. Los gustos se pueden modificar con el transcurso del tiempo debido a masivas campañas publicitarias. Las frutas y verduras procesadas han

presentado un crecimiento favorable en los que respecta al consumo de frutas y verduras procesadas.

En general, todos los productos que son rápidos y fáciles de preparar están en pleno crecimiento y expansión en el mercado Francés, en razón de ello la oportunidad de negocio se muestra favorable.

La demanda de la fruta fresca es la que lidera la demanda dentro de los distintos tipos de presentación o industrialización de la fruta, ello se debe principalmente a que el francés está cambiando su tendencia de consumo hacia aquellos productos que no estén expuestos a transformaciones de cualquier índole, puesto que ello modifica o altera su composición nutricional.

3.11.1.1. Perfil Del Consumidor

Según Pro Ecuador (2014), “La gastronomía en Francia es muy importante, ya que forma parte de la cultura. Sin embargo, al francés le gusta todo lo exótico: come cada vez más comidas internacionales. En cuanto a motivos de compra, por lo general, el francés privilegia la salud y el bienestar, es decir que se cuidan mucho para no engordar y mantenerse saludables”. El francés raras veces tiene tiempo para comer entre semana es por eso que las personas adquieren productos preparados para solo llegar a preparar de una manera rápida y precisa que sean netamente natural.

El consumidor francés se caracteriza por ser riguroso en cuanto a la calidad de los alimentos que consume y se preocupa por conocer el origen de los alimentos y los procesos a los que están sometidos, Sin embargo, siempre busca tener el mejor producto con valor agregado. (GUIA COMERCIAL DE FRANCIA, PRO ECUADOR, 2015).

La guayaba es una fruta no tradicional en Ecuador por lo que se la considera una fruta exótica ahora con el valor agregado de pulpa de frutas por lo que podemos decir que el consumidor francés se caracteriza por ser altamente exigente y cada vez más consciente de la contribución y los efectos de la alimentación en su salud.

El consumo de frutas en Francia:

- Las mujeres consumen más frutas (186,4 g/día)
- Los hombres (170,9g/día).

Dentro de la gestión de la cadena de suministro el importador exige el seguimiento, la trazabilidad y la transparencia, en la industrialización de productos orgánicos, desde la venta del proveedor hasta el mayorista, minorista o consumidor final. En resumen, las empresas que exportan a Francia no solo deben cumplir con los requisitos de la Unión Europea, sino también con las exigencias adicionales que tienen las empresas francesas, que exigen la certificación del producto, con esto los consumidores en Francia tienen exigencias al consumir y para dar mayor confiabilidad del producto en este caso la pulpa de guayaba una certificación para productos orgánicos por ejemplo:

Gráfico 8: certificación para productos orgánicos



Certificación francesa orgánica

Fuente: Pro Ecuador, 2014

3.11.1.2. Tendencias del Consumidor

En relación al sector alimenticio, las porciones más pequeñas y los empaques ecológicos o con menos plástico se vuelven cada vez más frecuentes entre los criterios de decisión de los consumidores al momento de elegir un producto, por lo que se sugiere al exportador ecuatoriano tomar en cuenta este tipo de tendencias para adaptar su productos a los requerimientos del consumidor europeo. (Guía Comercial de Francia, Pro Ecuador, 2015).

Por otro lado los Factores como: el envejecimiento de la población francesa, el desarrollo de patologías crónicas o graves y el incremento de la obesidad; hacen que la alimentación saludable se vuelva una tendencia destacable en Francia, y

que se fomente también el arraigamiento y desarrollo de este tipo de productos saludables o sin adherencia a químicos.

Dentro del consumo del francés los sabores también son un tema relevante cuya preferencia es por los sabores suaves y dulces especialmente en los consumidores menores de 35 años por otro lado, la calidad tiene cada vez más importancia para el consumidor francés, que ahora tiende a preferir los productos con sello o marca de calidad. Además, la calidad del servicio de posventa es un elemento que tiene cada vez más peso en la elección del lugar donde se va a realizar la compra. Los consumidores prefieren los productos cuidadosamente embalados, creativos y llamativos para su consumo.

3.11.2. Consumo Recomendado

Según la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO) manifiesta que el consumo en Francia de fruta y hortalizas está muy por debajo del nivel mínimo recomendado es de 400 gramos diarios por persona. Si bien las preferencias alimentarias se han modificado en los últimos 50 años, se consumen menos cereales y leguminosas y más aceites vegetales, azúcar y carne, la proporción de la fruta y las hortalizas apenas ha aumentado, y se estima que en todo el mundo la gente sólo consume entre el 20% y el 50% del mínimo recomendado.

Tomando como referencia el consumo recomendado Francia deberá consumir 4000 gramos por persona de fruta por lo que es una oportunidad para el ingreso de pulpa de guayaba, ya que este producto es netamente natural de la fruta y verificando las tendencias del consumidor y el perfil se llega a la conclusión que se comercializara fundas de polietileno de 500 gramos de pulpa.

3.11.3. Precio

El precio desde el punto de vista de la mercadotecnia, debe entenderse como el costo que los consumidores están dispuestos a pagar por adquirir el producto, por qué se debe tomar en cuenta la adecuación del precio al nicho de mercado,

este es un punto importante para definir el precio competitivo en el mercado en este caso París - Francia. Según Escobedo, (2010), a través de un sondeo rápido de mercado, los precios promedio mínimos y máximos de la Pulpa de Frutas que se encuentran entre 3,27 y 4,85 USD respectivamente a nivel mundial.

3.11.3.1. Comercio Bilateral Ecuador y Francia

A continuación se muestra la relación comercial que existe entre Ecuador y Francia según la subpartida 2008999000, para la comercialización de las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.

Tabla 34: Comercio Bilateral Ecuador y Francia

Subpartida	Descripción del producto	Francia importa desde Ecuador		
		Valor en Miles 2012	Valor en Miles 2013	Valor en Miles 2014
2008999000	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.	3685	3693	3648

Fuente: Trade Map

Elaborado Por: Janneth Reina

Como se puede observar en el Grafico N° 34 de acuerdo al comercio bilateral que existe entre Ecuador y Francia, según el acuerdo del sistema generalizado de preferencias arancelarias (SGP Plus), se encuentra la subpartida 2008.99, por lo tanto se puede decir que dentro de los datos recopilados por Trade Map en el año 2013, las exportaciones fueron altas a diferencia de los años anteriores, pero tomando como referencia el año 2014 Ecuador exporta un total de 3648 USD, este dato sirve como alternativa de ingreso del producto ecuatoriano en este caso la pulpa de guayaba al mercado francés como una oportunidad de comercialización.

3.11.4. Producto

Partida Arancelaria de la Pulpa de Guayaba

Tabla 35: Partida Arancelaria

Sección IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados
Capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida Sist. Armonizado 2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.
Sub Partida Sist. Armonizado 2008. 99	Los demás frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

Elaborado Por: Janneth Reina

3.11.4.1. Características del Producto

Las especificaciones y características del producto son importantes al momento de definir su mayor o menor consumo, tomando en consideración que Francia es un país con un alto nivel de calidad de vida, su comunidad tiende a exigir lo que consumen deban poseer cualidades que superen las expectativas de calidad y valor agregado, tanto para su calidad, sabor, presentación, que permitan incrementar su preferencia frente a sus productos sustitutos.

Tabla 36: Ficha Técnica " Pulpa de Guayaba"

Nombre Común	Guayaba
Nombre Específico	Psidiumguajava
Nombre del Producto Elaborado	Pulpa de guayaba a – 18 °C
Descripción	Producto pastoso no diluido, concentrado, ni fermentado obtenido mediante el proceso de desintegración y tamizado la fracción comestible de la guayaba fresca, sana, madura, limpia, empacada y almacenada higiénicamente
Ingredientes	Guayaba fresca, natural y seleccionada, ácido ascórbico.

Características	Apariencia: Producto libre de materias extrañas Color: Semejante al color de la guayaba Olor: Característico de la guayaba sin olores extraños. Sabor: Característico de la guayaba sin sabores extraños
Tipo de Proceso	Despulpado, este producto no contiene aditivos, a excepción de ácido ascórbico para proteger el color y ácido cítrico o jugo de limón concentrado turbio para control de pH. Todos los procedimientos empleados en la elaboración del producto están de acuerdo con las buenas prácticas de manufactura y es empacado bajo estrictas condiciones sanitarias para asegurar la inocuidad del producto.
Empaque y Presentación	Empacado en bolsa de polietileno, con capacidad de 80g, 250g, 500g y 1000g o de acuerdo al requerimiento del cliente.
Vida Útil Transporte Almacenamiento	Doce meses (6) a temperatura de -18 °C. Se debe transportar en furgón Refrigerado (-18 °C.), exclusivo para alimentos. Temperatura de congelación a -18 C (No se debe romper la cadena de frío).

Fuente: Fichas Técnicas de Francia y Productos Tradicionales Pro Ecuador
Elaborado por: Janeth Reina

3.11.4.2. Barreras No Arancelarias en Francia

a) Normas Sanitarias para Exportar desde Ecuador.

En lo referente a los productos alimenticios industrializados, para el proceso de producción a nivel interno, se debe observar el cumplimiento de requisitos sanitarios, previos a su colocación en el mercado, se debe obtener la certificación sanitaria, en el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical. (ARSA).

Para tal efecto, la legislación ecuatoriana, a través del Código de la Salud, estipula, que "están sujetos a registro sanitario los alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutracéuticos, productos biológicos. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, [PRO ECUADOR], Ficha Técnica Francia, 2013).

Dentro de la misma ley, se establece que queda prohibido la importación, exportación, comercialización y expendió de productos procesados para el uso

y consumo humano que no cumplan con la obtención previa del registro sanitario.

b) Normas a nivel internacional para productos procesados

- Organización Internacional para la Normalización (ISO)

Según la Obligación de utilización de normas. Los productos están sujetos a la legislación Europea (Directiva sobre la seguridad general de los productos, legislación técnica), pero también a la legislación nacional francesa.

c) Factura Comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino.

Este documento debe estar claramente redactado por lo que sirve como un contrato de compra venta entre el comprador y el vendedor cumpliendo con cada una de las exigencias del cliente y además constan todos los requerimientos adicionales exigidos por el comprador.

d) Certificado de Origen

El Certificado de Origen es un documento por el cual el productor final, o en su caso el exportador, declaran bajo juramento que la mercancía que se va a exportar ha cumplido con las exigencias que para su elaboración establecen las normas de origen del acuerdo de que se trate. Este documento se presenta en diferentes formatos según el respectivo acuerdo, y habilitará al importador a nacionalizar las mercancías beneficiándose de las respectivas preferencias. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, Pro Ecuador, Ficha Técnica Francia, 2013).

En las entidades del sector privado habilitadas por el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIPRO), los certificados de origen para los países que conforman ALADI, CAN, CAN-MERCOSUR. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, Pro Ecuador, Ficha Técnica Francia, 2013).

Tomando en cuenta estos aspectos el certificado ayuda a que las mercancías tengan preferencias arancelarias según el acuerdo que tenga cada país y exonerar tributos al momento de su importación o exportación. (Véase en el Anexo N°4).

e) Documentos de Transporte

Es la prueba del contrato acordado entre el cargador y el porteador o porteadores para llevar a cabo el transporte de mercancías.

En este documento se especifica el nombre del remitente del consignatario dirección de embarque, marcas, numeración, cantidad, peso, volumen, contenido de la mercancía fletes internos e internacionales, gastos y condiciones de entrega, todos estos detalles con la finalidad de que le producto llegue en buen estado y sin ningún inconvenientes además tomando en cuenta el medio de transporte que se utilice para el traslado de la mercancía si es marítimo aéreo o terrestre.

Por lo tanto como medio de transporte para el traslado del producto en este caso “Pulpa de Guayaba”, al mercado de Francia – París se utilizó el Transporte Aéreo el documento de transporte es la Guía Aérea donde se especificará todos los detalles de la mercancía. (Véase en el Anexo N° 5).

f) Requisitos para Acceder a los Beneficios del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP Plus)

Para acceder a los beneficios de este acuerdo se deberá obtener el certificado de origen y cumplir con todos los requisitos que puede tener para el acceso al mercado francés.

g) Requisitos de Acceso de Preparaciones de Fruta En Europa

Requisitos para las preparaciones de frutas: Estos productos para poder ingresar a la Unión Europea deberán de cumplir una serie de requisitos, con el

objetivo de garantizar a todos los ciudadanos productos de calidad para los consumidores.

La "Ley general de alimentos". Establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria. (Reglamento (CE) No.178/2013). Los requisitos de entrada para las preparaciones de frutas al mercado Europeo, está dado por:

- **Control Sanitario de los Productos Alimenticios de Origen:** Tiene como objetivo proteger la salud de los europeos y la calidad de los productos para el consumo humano.
- **Etiquetado de Productos Alimenticios:** Normativa relacionada a las condiciones de empaque y sus derivados (tipo de tratamiento, certificación, entre otros), las reglas generales se encuentra bajo la Directiva.

Luego de haber analizado los requerimientos del país de Francia para el ingresar de productos ecuatorianos se identificara la etiqueta del producto en este caso la pulpa de guayaba.

h) La etiqueta

- La etiqueta debe indicar las principales recomendaciones:
- No insistir en propiedades curativas ni medicinales ya que caería en el campo de los medicamentos.
- Debe estar en francés, indicando la dosis diaria

Según la Normativa relativa al etiquetado los sistemas obligatorios y voluntarios de la UE, que los consumidores a menudo aprecian, pueden aplicarse. Reglamentos específicos. La legislación europea prevé reglas específicas de etiquetado para algunos productos; por ejemplo, los alimentos, los electrodomésticos, la ropa de deporte, los textiles, los cigarrillos, etc. (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, [PRO ECUADOR, 2013].

Gráfico 9: Etiquetado de la pulpa de guayaba



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

3.11.4.3. Envases y Embalajes Alimentos Frescos

El propósito principal de los envases y embalajes para alimentos frescos es llevados del campo a los consumidores finales del mercado objetivo en condiciones óptimas para su consumo, ya que cualquier falla en el cumplimiento de una disposición reglamentaria se puede convertir en un impedimento a la exportación, lo cual, podría causar al exportador, entre otros, pérdidas monetarias, mala imagen de la empresa y la salida inminente del mercado, las principales funciones del envase o embalaje, como son:

- Proteger al producto contenido contra efectos del medio ambiente
- Manejar y almacenar los productos
- Estandarizar el transporte de cargas (uso de tarimas y contenedores).
- Informar al consumidor sobre aspectos nutricionales, legales, novedades, etc.
- Promover la imagen de productos y empresas

- Mejorar la rentabilidad de la distribución de productos
- Ofrecer disponibilidad, conveniencia y satisfacción a los consumidores
- Evitar robos, pérdidas y descomposición de los productos

El envasado, pre enfriamiento, refrigeración, embalaje, transporte, almacenamiento y venta de productos de mala calidad desperdician tiempo, dinero y materiales, por lo que es importante subrayar que el envase, embalaje y transporte constituyen la clave del éxito en la exportación de este tipo de productos,

Es importante considerar que en los países de la Unión Europea existe un mercado para el cuidado e interés por la protección al medio ambiente y con ello, la existencia de disposiciones de entidades públicas y preferencias por parte de los consumidores por productos envasados y embalados con materiales ecológicos.

Para ello se debe considerar lo siguiente:

- ✚ Utilizar material reciclado como el papel, cartón, polietileno o polipropileno
- ✚ Se recomienda que el envase secundario sea en cajas de cartón reciclado
- ✚ Se debe evitar el uso de materiales que no son fácilmente reciclables

Es importante destacar que para la exportación de alimentos procesados y bebidas se deben tomar en cuenta los tipos de presentación.

3.11.4.4. Tipos de Presentación de Pulpa y Concentrado de Pulpa

De la información emitida por la Corporación de Promoción de Exportación e Inversiones (CORPEI), con respecto al tipo de presentación de los productos, éstos son muy variados, tanto en el envase como en la cantidad.

Tabla 37: Tipos de presentación de pulpa y concentrado de fruta

PRODUCTOS	PRESENTACIÓN/ENVASES
PULPA DE FRUTAS NATURAL Y CONCENTRADA	Tambores metálicos de 55 galones (230kg)
	Bolsas asépticas de 250g,500g o 1000g
	Envase tetra brink de 250g,500g o 1000g
	Envase de lata
JUGOS CONCENTRADOS	Tambores metálicos de 55 galones (230kg)
	Bolsas asépticas
	Bidones de plástico y cartón de 2.5 galones y 10 lt

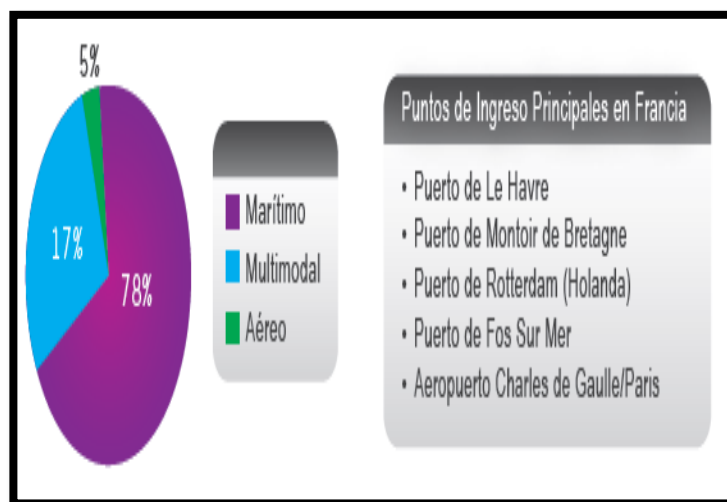
Fuente: CORPEI Departamento de Producción e Inversiones, 2013.

Elaborado Por: Janeth Reina

3.11.4.5. Acceso físico desde Ecuador hacia Francia

Dentro del acceso físico entre Ecuador y Francia se determina los medios de transporte más utilizados tanto para la exportación e importación a continuación se grafica en porcentajes la utilización de este medio:

Gráfico 10 : Principales puntos de ingreso desde Ecuador a Francia



Fuente: Perfil Logístico de Francia, Pro Ecuador, 2014.

Tabla 38: Principales medios de transporte en Francia

VÍA AÉREA.	EL AEROPUERTO CHARLES DE GAULLE El aeropuerto Charles de Gaulle ubicado a 24Km del noreste de París, es el segundo aeropuerto aéreo más importante de Europa después del aeropuerto de Londres
	EL AEROPUERTO DE ORLY El aeropuerto internacional de Orly es uno de los aeropuertos del área metropolitana de París, se sitúa a 14 Km (9 millas) al sur de París. (Otro es Paris-Charles de Gaulle).

Fuente: Perfil Logístico de Francia, Pro Ecuador, 2014.

Elaborado Por: Janneth Reina

Luego de haber analizado los porcentajes de la utilización de los medios de transporte más frecuentes en el país de destino para la transportación de mercancía, se determinó que se utilizará para la exportación de pulpa de guayaba desde Ecuador hacia Francia en la ciudad de París, el transporte aéreo, con un tiempo de dos días de llegada a su destino final, ya que la vida útil del producto es de 6 meses, tomando en cuenta estos aspectos el producto debe estar en el mercado lo más pronto posible para que sea comercializado y sea adquirido por los posibles consumidores en el mercado francés en la ciudad de París.

3.11.5. Formas de pago

Según el instituto de promoción de exportaciones e inversiones, Pro Ecuador, nos afirma que la carta de crédito y el pago directo, son las formas más utilizables al momento de realizar negocios internacionales, con países extranjeros para la exportación de mercancía y obtener un beneficio común entre el comprador y el vendedor.

Tabla 39: Forma de Pago

FORMA DE PAGO	CARACTERÍSTICA	RIESGO
CARTA DE CRÉDITO	Es cuando el pago debe hacerse mediante el compromiso del importador o comprador a través de su banco (emisor) y un banco en el país del exportador (banco corresponsal), siempre y cuando el beneficiario del crédito exportador cumpla con los requisitos solicitados en el crédito.	No existe un riesgo porque se lo realiza a través de un banco corresponsal tanto el comprador y vendedor se aseguran de la compra y venta del producto estableciendo plazos para el pago en su totalidad.
PAGO DIRECTO	Pago Directo es cuando el importador genera el pago directamente al exportador y utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago directo son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación.	Dentro de esta forma de pago existe un compromiso por ambas partes al momento del pago de la mercancía según lo acordado entre el comprador y el vendedor estipulando cada una de sus condiciones.

Fuente: Pro Ecuador, 2014

Elaborado por: Janneth Reina

Dentro de la negociación internacional se dedujo que se utilizará la carta de crédito como forma de pago segura ya que es un beneficio tanto para el importador como exportador al momento de la exportación ya que existe un banco corresponsal que nos garantiza seguridad y viabilidad al momento del pago de la mercancía, tomando en cuenta todos los aspectos y requisitos solicitados para el crédito en este caso se utilizará el Banco de Pichincha como emisor para el acuerdo entre el comprador y el vendedor .

Para tener acceso a la carta de crédito por parte del banco de Pichincha se notico que se deberá presentar la siguiente documentación:

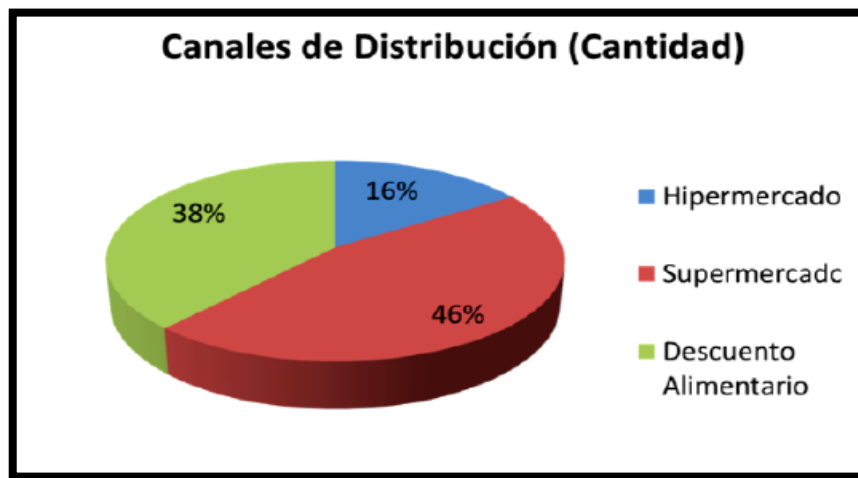
- Factura comercial
- Conocimiento de embarque
- Certificado de origen
- Certificado sanitario
- Lista de empaque
- Certificado de inspección

3.11.6. Canales de distribución

Los canales de distribución son el conjunto de organizaciones e individuos que prestan un servicio de comercialización, mediante los cuales llegan los productos y servicios a los compradores. (Alejandro E Lerma, *Comercio y Marketing Internacional*, p.232).

Según el instituto de promoción de exportaciones e inversiones, Pro Ecuador, nos indica los tres principales canales de distribución:

Gráfico 11: Principales Canales de Distribución en Francia



Fuente: Guía Comercial de Francia, Pro Ecuador, 2013

Elaborado por: Janneth Reina

Como se puede observar en el gráfico anterior nos muestra los tres principales canales de distribución, para poder llegar al mercado francés por medio de supermercados, hipermercados y un descuento alimentario que se refiere a las empresas distribuidoras del producto, por lo que se puede decir que el primer puesto del canal de distribución es los supermercados con un porcentaje del 46%, seguido por el descuento alimentario y por último el hipermercado, este canal de distribución contribuirá como los posibles supermercados a los que puede llegar el producto ecuatoriano.

Gráfico 12: Canal de distribución



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

3.12. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Gráfico 13: Fuerzas de Porter



Fuente: Michael Porter sus cinco fuerzas
Elaborado Por: Janneth Reina

3.12.1. Rivalidad entre los competidores existentes

Dentro del mercado ecuatoriano ya existen empresas pequeñas y grandes que se dedica a la comercialización y exportación de pulpas de frutas, por lo que se encuentran situadas en diferentes partes del territorio ecuatoriano, este factor es de competitividad dentro del mercado ya que estas empresas cuentan con grandes capacidades de producción, que abastecen al mercado nacional y otras que se dedican a las ventas a mercados internacionales; a continuación se muestran las empresas ecuatorianas que se dedican a la comercialización de pulpas:

Tabla 40: Empresas exportadoras de pulpas de frutas

Empresas	Localización
AGROINDDA	Quito
AGROCOMERCIAL MORVIE CI. LTDA	Quito
FROZENTROPIC CIA. LTDA	Quito
CIPYEM	Quito
PROFUTH	Quito
LA FINCA	Palora
NEW-FRUIT	Ambato
ECUAPULPAS	Guayaquil
EXOFRUT	Guayaquil
R2FLOWERS	Guayaquil
COMERCIAL EXPIMP	Guayaquil
TAMARINDO	Península de Santa Elena
PALPAILON	San Lorenzo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Janneth Reina

3.12.2. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Dentro del mercado de producción y comercialización de pulpa de guayaba existen empresas nacionales e internacionales nuevas, que se dedican a la exportación de este producto por ende se puede decir que existe una mayor

competencia en el mercado meta por el ingreso de productos de diferentes países con precios competitivos.

3.12.3. Amenaza de productos y servicios sustitutos

Dentro de la comercialización de pulpa de guayaba en el mercado meta si existen productos sustitutos como por ejemplo las pulpas de las demás frutas como: tomate, guanábana, mora, fresa, naranjilla, piña, sandia, tamarindo, etc. Este factor es una amenaza para el ingreso al mercado ya sea por su producto o por su composición tomando como referencia el precio competitivo que existe dentro del mercado.

3.12.4. Poder de negociación de los proveedores

En cuanto al proceso de comercialización de pulpa de guayaba se requieren de varios proveedores, con los cuales se debe aplicar estrategias de negociación que permitan obtener la materia prima a bajos costos para la transformación en producto elaborado para la venta de un producto competitivo.

3.12.5. Poder de negociación de los clientes

Los clientes están definidos como aquellas personas naturales y jurídicas que se dedica a la importación de productos procesados en base a la subpartida 2008.99.90.

Según el instituto de promoción de exportaciones e inversiones, Pro Ecuador, “los importadores franceses trabajan, en su gran mayoría, bajo los INCOTERMS FOB y CIF de comercio internacional”. En el caso de los supermercados el proceso es empezar con un primer contacto y evaluar si la empresa exportadora tiene el producto que están buscando o puede ajustarse a sus requisitos técnicos además tomando en cuenta que las empresas grandes poseen su propia flota logística.

A continuación se muestra los importadores potenciales para poder ingresar el producto ecuatoriano.

Tabla 41: Potenciales Importadores de pulpa de fruta en París – Francia

Empresas Importadoras	País	Ciudad	Teléfono	Sitio Web
La Pulpe	Francia	Paris	33 1 58 05 36 36	www.lapulpe.fr
Geimex	Francia	Paris	33 1 45 08 85 60	www.geimix.fr
Société d'Exploitation de la Grande Epicerie de Paris	Francia	Paris	33 1 44 39 81 00	www.lagrandeepicerie.fr
Kinay Fruit	Francia	Paris	33 1 44 75 75 00	www.kinay.fr
Agriland	Francia	Paris	377 93306173	www.agriland.mc
Ambro Foods	Francia	Paris	33 4 74 27 77 15	www.ambrofoods.fr
Del Monte Foods	Francia	Paris	3 4 91 29 78 50	www.delmonte.fr
Agidra	Francia	Paris	33 4 72 28 12 12	www.agidra.com
Alimentation en Gros Importation Diffusion Rhône	Francia	Paris	33 4 78 76 56 56	www.agidra.com
Askell	Francia	Paris	33 2 98 28 13 13	www.askell.fr

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Janneth Reina

3.13. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

3.13.1. Proyección de oferta

Para las proyecciones de la oferta, se consideró la adquisición de la materia prima para la elaboración de la pulpa de guayaba, tomando en cuenta el déficit de consumo en el país de destino, también la población del nicho de mercado en este caso París, donde se pretende cubrir una cierta parte de la demanda, la cual se estratifico de acuerdo, al porcentaje de consumo de productos preparados, según los datos de la ficha técnica de Francia, elaborada por PROECUADOR, es el 82.2 %, Para conocer dicho porcentaje, primeramente se deberá calcular el déficit total, de consumo de pulpa en el mercado, para este cálculo, se utilizó la siguiente fórmula:

$$DT = \frac{\text{Población estratificada} * \text{Déficit de consumo}}{1000}$$

Como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 42: Déficit total de consumo

Año	Déficit de consumo	Población estratificada Paris 82.2%	Déficit total TN	Cobertura	
				TN	Porcentaje
2010	0,574	1.844.568	1.059	-	
2011	0,574	1.849.479	1.061	-	
2012	0,540	1.854.391	1.002	-	
2013	0,467	1.856.060	866	oferta exportable	
2014	0,502	1.862.834	936	-	0,00%
2015	0,457	1.866.400	853	45	5,27%
2016	0,433	1.870.711	810	45	5,56%
2017	0,409	1.875.023	767	45	5,87%
2018	0,385	1.879.334	724	45	6,22%
2019	0,362	1.883.645	681	45	6,61%
2020	0,338	1.887.956	639	45	7,05%

Fuente: Ficha técnica de Francia PROECUADOR, Datos Macro.

Elaborado por: Janneth Reina

Una vez que se ha obtenido, el déficit total, se pudo calcular la cobertura de la oferta donde se elaborará 45 toneladas anuales de pulpa, cubriendo una cierta parte de la demanda en Paris – Francia con un porcentaje del 5.27% en el 2015.

3.13.2. Proyección de demanda

Para el cálculo de las proyecciones, se tomó, en cuenta las exportaciones e importaciones totales según la subpartida 2008.99.90.00, realizadas a Francia, además se tomó, la producción de pulpa de guayaba en este país, obteniendo como resultado, que no existe producción de este tipo de producto.

Una vez, obtenidos estos datos, se procedió a calcular el consumo nacional aparente en el país demandante, a través de la siguiente formula:

$$\text{CNA} = \text{Produccion Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Es así que se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 43: Consumo nacional aparente

Año	Producción nacional	Importación TN	Exportación TN	Consumo nacional aparente	Población estratificada 82.2 %	Consumo per cápita	
						Real (kg)	Recomendado (kg)
2010	0,00	68.517	21.196	47.321	53.412.509	0,885954	1,5
2011	0,00	71.517	23.971	47.546	53.657.680	0,886099	1,5
2012	0,00	76.887	27.316	49.571	53.890.913	0,919840	1,5
2013	0,00	84.797	31.057	53.740	54.104.793	0,993258	1,5
2014	0,00	86.806	34.650	52.156	54.464.908	0,957607	1,5
2015	0,00	92.662	37.836	54.826	54.671.734	1,002814	1,5
2016	0,00	97.648	41.236	56.412	54.926.925	1,027037	1,5
2017	0,00	102.633	44.635	57.998	55.182.116	1,051036	1,5
2018	0,00	107.619	48.034	59.585	55.437.307	1,074814	1,5
2019	0,00	112.605	51.434	61.171	55.692.498	1,098374	1,5
2020	0,00	117.591	54833,2	62.758	55.947.689	1,121719	1,5

Fuente: Trade Map, Ficha técnica de Francia PROECUADOR, Datos Macro.

Elaborado por: Janneth Reina

Además, se tomó en cuenta la población de Francia, la cual se estratifico de acuerdo, al porcentaje de consumo de productos preparados, según los datos de la ficha técnica de Francia, elaborada por PROECUADOR, es el 82.2 %, con estos datos se calculó el consumo real por kg con la siguiente formula:

$$CR = \frac{\text{Consumo nacional aparente}}{\text{Poblacion estratificada}} * 1000$$

Dando como resultado, el consumo real de cada uno de los consumidores en Francia, a este resultado se le disminuyo, el consumo recomendado que según la FAO, equivale al 1.5 kg anual de fruta.

3.14. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.

El presente estudio muestra, el análisis de varios mercados como oportunidades de comercio internacional, que permitirá la comercialización de pulpa de

guayaba desde Maldonado, Ecuador, donde se verifica a través del diagnóstico situacional de los tres países objeto de estudio, Francia, Chile y España a través de una herramienta de análisis POAM, obtenido como resultado, que el país óptimo es Francia y el mercado meta es la ciudad de París tomando en cuenta las siguientes oportunidades:

Dentro de los acuerdos comerciales entre Ecuador y Francia se beneficia del sistemas generalizado de preferencias arancelarias (SGP), como también del acuerdo, la cooperación en el área de la economía solidaria y comercio justo, el acuerdo comercial multipartes que existe entre estos dos países que benefician al momento de la exportación de un producto ecuatorianos esta oportunidad es de alto impacto que Ecuador se beneficia con este país,

Por otro lado, otra de las oportunidades que se logró identificar es la política comercial que existe en Francia dando como viabilidad el ingreso del producto ecuatoriano, tomando en cuenta cada uno de los requisitos establecidos en el país de destino en este caso Francia. Como también las barreras arancelarias y no arancelarias que tiene Francia es de alto impacto ya que Ecuador debe seguir con cada uno de los requisitos que debe cumplir para el ingreso de la pulpa de guayaba, además que su PIB per cápita es alto ya que tiene mayor capacidad de compra en base a sus consumidores y el poder de adquisición de bienes y servicios.

Por otra parte, la tecnología que existe en Francia en beneficio a las relaciones comerciales es relevante ya que ayuda a la investigación y al desarrollo de las empresas extranjeras proporcionando información e intercambiando investigación y desarrollo.

Dichas oportunidades permiten la Comercialización idónea de pulpa de guayaba desde Maldonado, Ecuador a Francia – París.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

- Se concluyó, que el factor político de Francia es favorable, debido al acuerdo de liberalización SGP-PLUS, con el Ecuador, el cual brinda una exoneración total de los tributos para la pulpa de guayaba, representando un gran beneficio para el proyecto.
- La economía de Francia, representa una de las más sólidas a nivel mundial, brindando seguridad y confianza para realizar cualquier tipo de negociación, además, tiene la tasa de inflación más baja de toda Europa, por ende se podría mencionar que la ejecución del proyecto se podrá desarrollar en las mejores condiciones.
- El porcentaje de producción de la pulpa de guayaba ecuatoriana, que será destinada para el mercado de Paris – Francia, no cubre en su totalidad la demanda insatisfecha de este sector, por lo que Francia debe importar este producto desde otros países, aumentando la competencia en el mercado.
- Para el ingreso de un producto orgánico al mercado Francés, se identificó algunas barreras no arancelarias, que podrían encarecer el producto, como las certificaciones para productos orgánicos y la norma ISO, cuyos costos están en 15.000 USD y 8.000 USD, respectivamente.
- Los habitantes de Francia consumen en promedio 1,0 kg al año, posicionándose como uno de los países líderes a nivel mundial, en cuanto al consumo de pulpa de frutas, cabe mencionar que Francia no produce pulpa de frutas, por lo tanto, más del 90% de este producto en el mercado es de importación, por esta razón, se considera que las pulpa de guayaba tiene amplias oportunidades comerciales.
- Con la aplicación del proyecto, se pretende cubrir el 5,27% en el año 2015, marcando un mercado amplio para la comercialización de pulpa de

guayaba hacia Paris – Francia, además según las proyecciones del estudio la demanda internacional tendrá un incremento en los siguientes años, lo que es favorable para el proyecto.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Se debería, aprovechar el creciente potencial del sector de pulpa de fruta, en el mercado de Francia, el cual demanda productos nutritivos, para ello es necesario difundir sus propiedades nutricionales, para que el producto sea reconocido a nivel mundial.
- Los productores de guayaba de la parroquia de Maldonado, provincia del Carchi deben destinar una mayor cantidad de producción de guayaba, para la elaboración de la pulpa, que puede ser comercializada al mercado francés, debido a sus favorables condiciones de acceso y enfocarse a menor escala a la venta de la fruta.
- Se debe promover en los productores de materia prima, en este caso la guayaba, de la provincia del Carchi, la transformación de esta fruta, para su comercialización, a nivel internacional, dándole un valor agregado.
- Se recomienda elaborar estrategias de comercialización para el mercado internacional ya que es un producto nuevo e innovador, a través, de la distribución física internacional, para la comercialización de la pulpa de guayaba optimizando tiempos y recursos al momento de la exportación.
- Se debe analizar la influencia que ejerce, las barreras no arancelarias, al precio final del producto,

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO.

Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de Pulpa de Guayaba desde Maldonado – Ecuador que permita atender parte de la demanda de este producto en Francia.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

En la presente investigación se determinó la mejor opción de mercado, por lo que ahora se tomará en cuenta un estudio de factibilidad con un proceso de exportación, mediante una distribución física internacional, para minimizar costos, tiempo y recursos al momento de la exportación, optimizando así las utilidades que generen y además que el producto llegue en buenas condiciones a su destino final sin ningún inconveniente, tomando en cuenta todos los requerimientos del mercado francés para que el producto sea de calidad.

Además de la determinación de la demanda existente y por medio del estudio de mercado se determinó el consumo de pulpa de guayaba, en el país de Francia en la ciudad de París, con esto se tratará de abastecer a una cierta parte de la demanda insatisfecha que se determinó anteriormente.

Por otra parte se puede decir que los consumidores de Francia tienen tendencias exigentes al momento de ingerir frutas y verduras, que no afecte al medio ambiente y tomando toda precaución, por esta razón se puede decir que Francia es uno de los países más importadores de productos alimenticios, este factor es una oportunidad de mercado para el ingreso de productos procesados a base de frutas exóticas o frutas no tradicionales como es la guayaba pero ahora con un producto elaborado como es la pulpa.

En esta parte de la investigación se desea establecer un estudio de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de pulpa para la comercialización de este producto en el mercado francés, además se determinaran los procesos de exportación a través de la distribución física internacional, así como los recursos financieros, para que el producto llegue en buenas condiciones a su destino final según las exigencias de los consumidores, en los tiempos y costos establecidos ya que hoy en día es una de las estrategias en la comercialización de mantener al cliente satisfecho.

Dentro del modelo operativo de la propuesta se tomará en cuenta que el estudio de mercado se lo realizó en el capítulo III, por tal motivo que se identificó que el país meta es Francia y el nicho de mercado es Paris en donde permitirá la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado - Ecuador.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

La propuesta de esta investigación está basada en el tercer capítulo “Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de Pulpa de Guayaba desde Maldonado – Ecuador, el desarrollo de este capítulo es muy importante ya que de acuerdo a los estudios realizados con respecto al análisis situacional del país de destino, al análisis del mercado, al análisis del producto, y el análisis situacional del país de origen, se requiere de un estudio de factibilidad que justifique lo analizado en dicho capítulo, para ello se aplicó la investigación cuantitativa es decir una investigación de costos que permitan obtener resultados más óptimos y exactos.

El estudio realizado respecto al análisis situacional del país de destino permitió establecer las oportunidades y amenazas que se presentaron frente al mercado en cuanto a su comercialización, tomando en cuenta las bases legales como barreras arancelarias y no arancelarias, todo este estudio permitió determinar costos generados en el país de Francia en cuanto a impuestos, costos de transporte, almacenaje para el producto.

El cuanto al análisis del mercado se estudió lo referente al perfil del consumidor francés y el nivel de aceptación del producto en este caso la pulpa de guayaba, además se terminó la demanda insatisfecha en la cual se determinó la oferta exportable y cubrir una parte de la demanda.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivo General

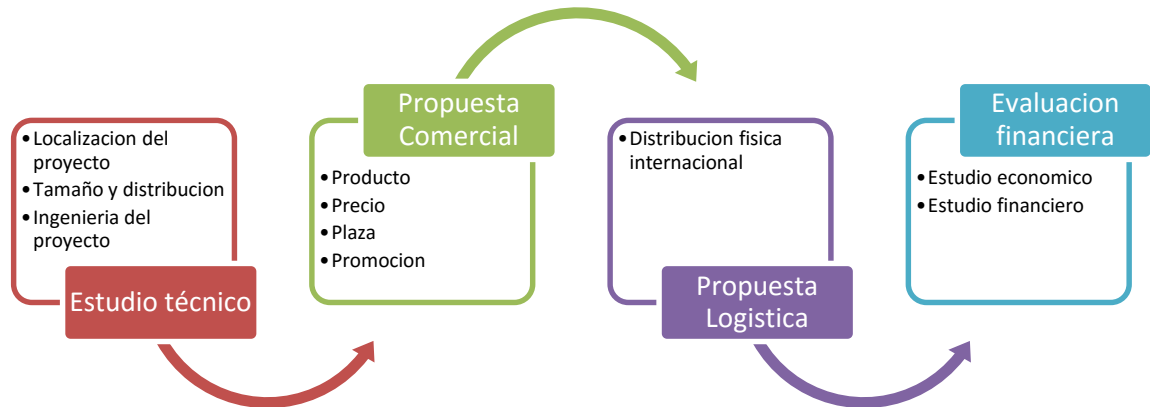
- Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de Pulpa de Guayaba desde Maldonado – Ecuador que permita atender parte de la demanda de este producto en Francia – Paris.

5.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer los requerimientos técnicos para la producción y comercialización de pulpa de guayaba, para cubrir parte de la demanda de este producto en la ciudad de Paris en Francia.
- Elaborar una propuesta comercial, basada en el mix de marketing para posicionar la empresa procesadora de pulpa de guayaba, en el mercado internacional.
- Diseñar una propuesta logística, a través, de la distribución física internacional, que favorezca la comercialización de pulpa de guayaba, para cubrir parte de la demanda en la ciudad de Paris en Francia.
- Realizar una evaluación económica y financiera, para conocer la rentabilidad de comercializar pulpa de guayaba, hacia la ciudad de Paris en Francia.

5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

Gráfico 14: Modelo operativo



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

5.6. ESTUDIO TÉCNICO

En el presente se detallan la localización del proyecto, el ciclo de operaciones, los requerimientos de equipos y herramientas, las instalaciones y mejoras necesarias para producir y exportar pulpa de guayaba hacia el mercado Francés. Además se implementará una empresa procesadora de pulpa para la transformación de materia prima en producto elaborado.

5.6.1. Localización de la empresa procesadora de pulpa

La empresa procesadora de pulpa se encontrará situada en ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi – Ecuador.

5.6.1.1. Macro Localización

La Macro localización del proyecto debe adecuarse a las circunstancias que requiere la empresa procesadora de pulpa, con respecto a la disponibilidad de los insumos y de todos los elementos que se requieren para la producción y comercialización del producto; por lo tanto se ha determinado que se producirá pulpa de guayaba. Con esta localización se determinará la ubicación por zona y

región donde se encontrará situada la empresa. La Empresa procesadora de pulpa estará en las calles Israel y Portugal, ubicada en la ciudad de Tulcán, Provincia del Carchi, - Ecuador una zona que dispone de todos los servicios básicos y con accesos vehiculares de amplia movilización, para el proceso productivo de la pulpa de guayaba.

5.6.1.2. Micro Localización

La empresa procesadora de pulpa se encontrará en la ciudad de Tulcán ubicada en las calles Israel y Portugal en un terreno de 127 m².

Gráfico 15: Localización de la Empresa



Fuente: Localización de la Provincia del Carchi

Elaborado Por: Janneth Reina

5.6.2. Tamaño y distribución de la Planta Procesadora

Para la construcción de una planta procesadora de pulpa en la ciudad de Tulcán, se utilizará un terreno de $127m^2$ que se encontrará distribuida de la siguiente manera:

Tabla 44: Distribución de Zonas

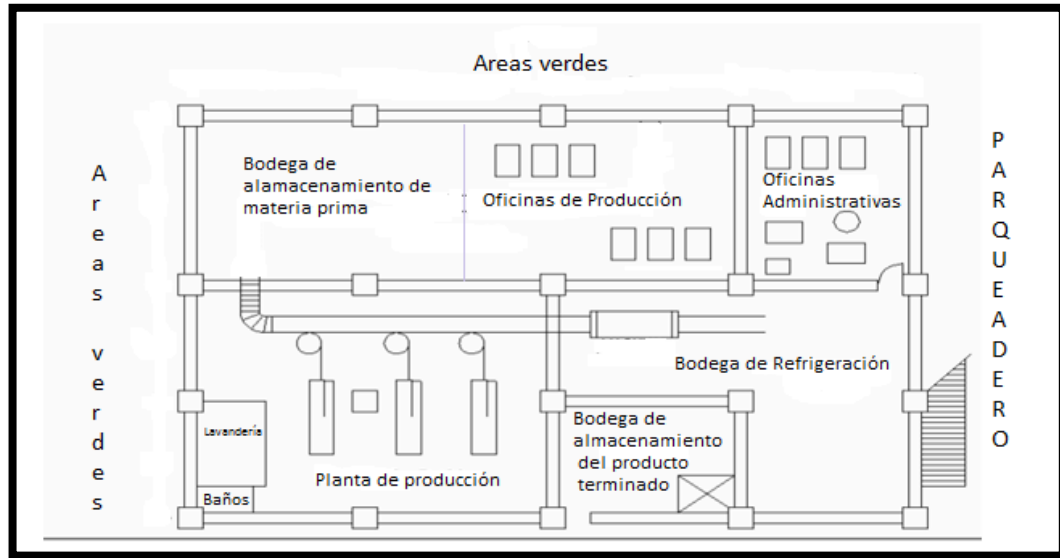
ZONA	ÁREAS
Bodega de almacenamiento de materia prima	$7 m^2$
Planta de producción	$60 m^2$
Oficinas de producción	$7m^2$
Bodega de almacenamiento del producto terminado	$7m^2$
Bodega de refrigeración	$10m^2$
Oficinas administrativas	$7m^2$
Servicios públicos (baños, lavandería)	$4m^2$
Espacios verdes	$10m^2$
Parqueadero	$15m^2$
Total	$127m^2$

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

Para la elaboración de la empresa se ha utilizado una área aproximada de 127 metros cuadrados, los cuales están distribuidos en zonas para el buen funcionamiento de la empresa procesadora de pulpa, tomando en cuenta todos los requerimientos que se necesita de acuerdo al crecimiento de la participación del mercado se tomará en cuenta la siguiente distribución que se visualizará en el siguiente plano.

Gráfico 16: Plano de la Empresa procesadora de Pulpa



Fuente. Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

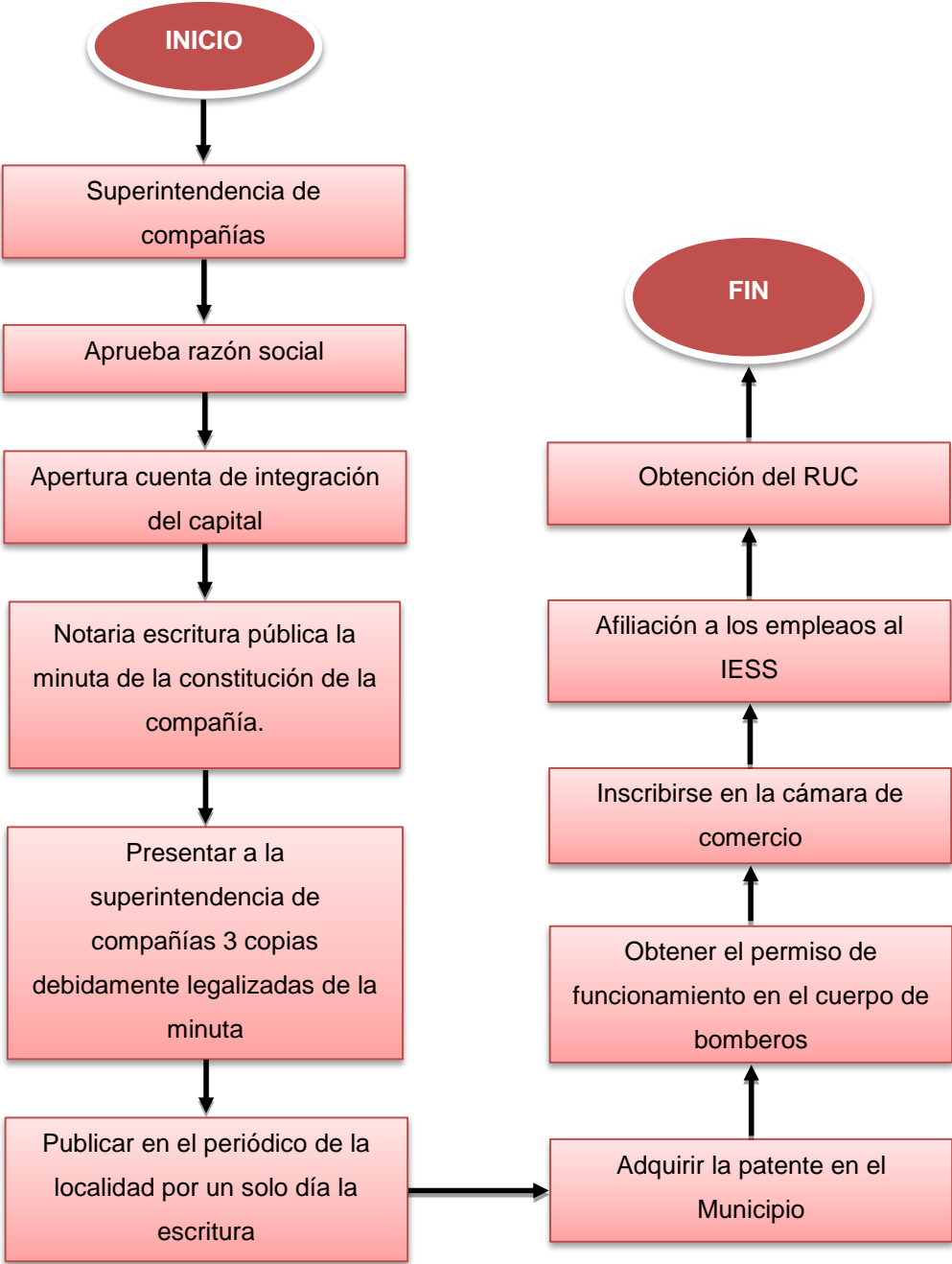
5.6.3. Ingeniería del proyecto

5.6.3.1. Constitución de la empresa procesadora de pulpa

Debido a que la empresa procesadora de pulpa no está conformada legalmente se tomó la decisión de que corresponda a una Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que luego de cumplir con los requisitos establecidos se registrará en la Superintendencia de Compañías bajo la razón social de “Empresa procesadora de pulpa FRUTI JR CIA LTDA”, que contará con la participación de 4 socios, por otro lado el capital de esta compañía será integrado por las aportaciones de cada uno de los socios.

El proceso para la constitución de la empresa procesadora de pulpa “FRUTI JRL CIA TDA” es la siguiente:

Gráfico 17: Proceso de la Constitución de la Empresa



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

a) Requisitos para constitución de compañías en el Ecuador

Tabla 45: Constitución de Compañías en el Ecuador

Ingresar al portal web: www.supercias.gpb.ec
Crear una cuenta e ingresar su usuario y contraseña
Llenar el formulario de solicitud de constitución de compañías y adjuntar los documentos
Un notario se encargara d ingresar al sistema, valorar la información y asignar fecha y hora para firmar la escritura y los nombramientos
El registro mercantil validara la información y facilitara la razón de inscripción de la escritura y los nombramientos
El sistema remitirá la información de este trámite al servicio de rentas internas SRI y se emitirá el Ruc de la compañía
El sistema emitirá el número de expediente y notificara que el trámite de constitución se ha realizado

Fuente: Superintendencia de compañías, 2015

Elaborado Por: Janneth Reina

b) Requisitos de inscripción de sociedad en el registro único de contribuyentes (RUC)

Tabla 46: Requisitos de inspección en el (RUC)

Llenar formulario RUC-01-A Y RUC-01-B suscritos por el agente de retención
Copia de registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o Institución Publica
Copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la Institución
Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o Institución
Copia de cedula de identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención
Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención
Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades
Identificación de Sociedades Privadas
Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil
Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil
Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías

Fuente: Servicio de Rentas Internas, *Guía Referencial del Registro Único de Contribuyentes RUC*, 2015

Elaborado Por: Janneth Reina

c) Requisitos de Afiliación de los Empleados al IESS

Tabla 47: Afiliación a los Empleados al IESS

Registrar al trabajador mediante aviso de entrada que se envía a través de la página web de la institución en este caso al IESS
Ingresar a la página web del IESS en la categoría de empleadores deben registrar con la cedula y la clave del empleador
Selecciona el aviso de entrada para que puedas ingresar la cedula de identidad del afiliado luego clic en validar y enviar
Llenar un formulario del trabajador
Aceptación del IESS para la afiliación del empleador

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Elaborado por: Janneth Reina

d) Requisitos para registrarse como exportador

Tabla 48: Requisitos de Exportador

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas.
Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador o Security Data
Calificarse como exportador en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y registrarse el Sistema aduanero ECUAPASS que consta en la página web.

Fuente: Guía del Exportador Pro Ecuador.

Elaborado por: Janneth Reina

5.6.3.1.1. Misión

“FRUTI JR CIA LTDA” es una empresa, cuyo propósito es producir y comercializar pulpa de guayaba, cumpliendo con estándares de calidad, que satisfagan los gustos y preferencias del consumidor, aportando al desarrollo y crecimiento de la industria nacional.

5.6.3.1.2. Visión

Ser una empresa competitiva y líder a nivel internacional, en el mercado de pulpa de guayaba congelada, con la más alta tecnología y con planes de mejora continua en los procesos de producción.

5.6.3.1.3. Valores

“FRUTI JR CIA LTDA”, se basará en los siguientes valores:

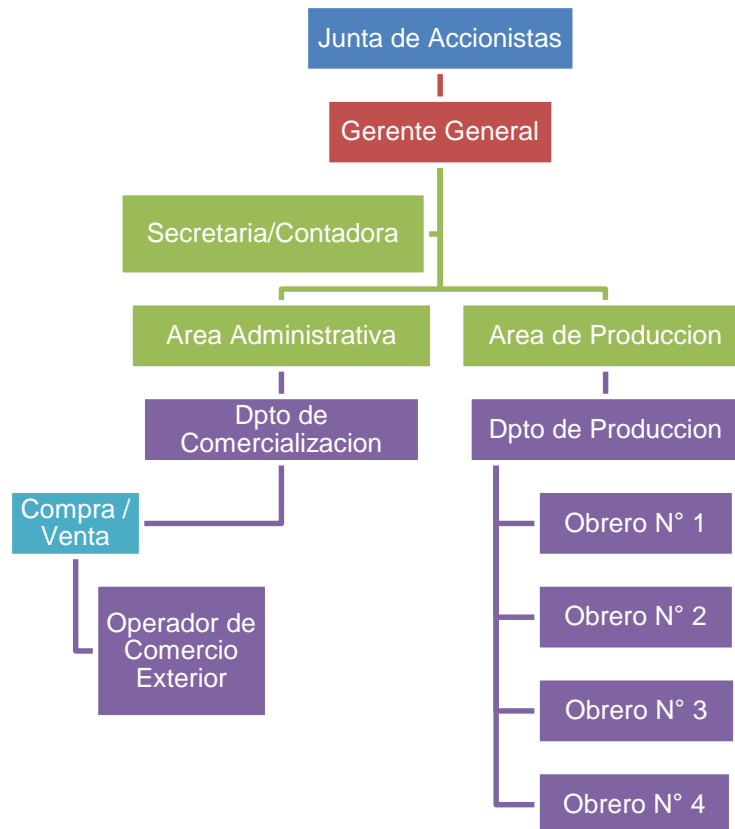
- Responsabilidad
- Respeto

- Confianza
- Calidad
- Honestidad
- Humildad

5.6.3.1.4. Diseño Organizacional

Para el buen funcionamiento de la empresa procesadora de pulpa “FRUTI JR CIA LTDA” la estructura organizacional es de tipo vertical considerando los requerimientos de le empresa:

Gráfico 18: Organigrama Estructural “FRUTI JR CIA LTDA”



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janeth Reina

5.6.3.2. Manual de Funciones

Tabla 49: Manual de Funciones

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
CARGO	PERFIL	FUNCIONES
Junta de accionistas	Personas con capital para la aportación a la empresa procesadora de pulpa "FRUTI JR CIA LTDA"	<ul style="list-style-type: none"> -Manejo de la empresa -Representante legal y jurídica a la empresa -Analizar los estados financieros de la empresa -Toma de decisiones -Realizar y analizar estrategias para el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> -Ingeniero en administración de empresas o títulos similares -Experiencia mínima de 2 años -Edad entre 25 y 40 años -Conocimiento en contabilidad y administración 	<ul style="list-style-type: none"> -Se encargara en la parte administrativa de la empresa -Llevar el control de los estados financieros de la empresa y actividades de producción, comercialización -Planifica y dirige cada una de las actividades de la empresa -Verifica cada una de las actividades del personal -Confirma pedidos y ventas en el mercado nacional e internacional de la empresa
Secretaria / contadora	<ul style="list-style-type: none"> -Título de Contabilidad y Auditoría. -Experiencia de 2 años -Capacitaciones en relaciones humanas -Edad entre 25 a 40 años 	<ul style="list-style-type: none"> -Presenta registros completos de las operaciones de la empresa -Organizar y establecer las cuentas de la empresa -Realiza estados financieros de la empresa -Toma de decisiones -Ayuda al buen funcionamiento de la empresa
Operador de Comercio Exterior	-Título de Comercio Exterior y Negociación Internacional	<ul style="list-style-type: none"> -Utiliza las directrices emitidas por los Gobiernos, los Organismos Internacionales y nacionales relacionadas con las actividades del Comercio Exterior. -Maneja procesos y procedimientos aduaneros en las operaciones de exportación bajo los términos de la legislación aduanera vigentes, -Gestiona y utiliza la información necesaria con puntualidad, a fin de que se ejecute las estrategias comerciales nacionales e internacionales. -Ejecuta procedimientos de exportación basada en la distribución física internacional con la finalidad de optimizar recursos y tiempo para que la mercancía llegue en buenas condiciones al destino final.
Obrero N° 1	<ul style="list-style-type: none"> -Título sobre el control de maquinaria -Experiencia 2 años -Edad 25 a 40 años 	<ul style="list-style-type: none"> -Operación de maquinaria -Asistente de jefe de producción -Mantenimiento de maquinaria -Selección y clasificación de frutas
Obrero N° 2 – 3	<ul style="list-style-type: none"> -Ingeniero industrial -Experiencia 2 años -Edad 25 a 40 años 	<ul style="list-style-type: none"> -Proceso de producción de pulpa -Control del proceso de producción
Obrero N° 4	<ul style="list-style-type: none"> -Título sobre el proceso de empaque embalaje y etiquetado -Experiencia 2 años -Edad 25 a 40 años 	<ul style="list-style-type: none"> -Se encarga del empaque embalaje y etiquetado del producto -Supervisor de que el producto este en buen estado

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janeth Reina

5.6.3.3. Requerimiento de Activos Fijos

Dentro de los activos fijos se encuentran todos los requerimientos para la empresa procesadora de pulpa “FRUTI JR CIA LTDA”, cada uno de los activos fijos se detallaran a continuación:

Tabla 50: Requerimiento de activos fijos

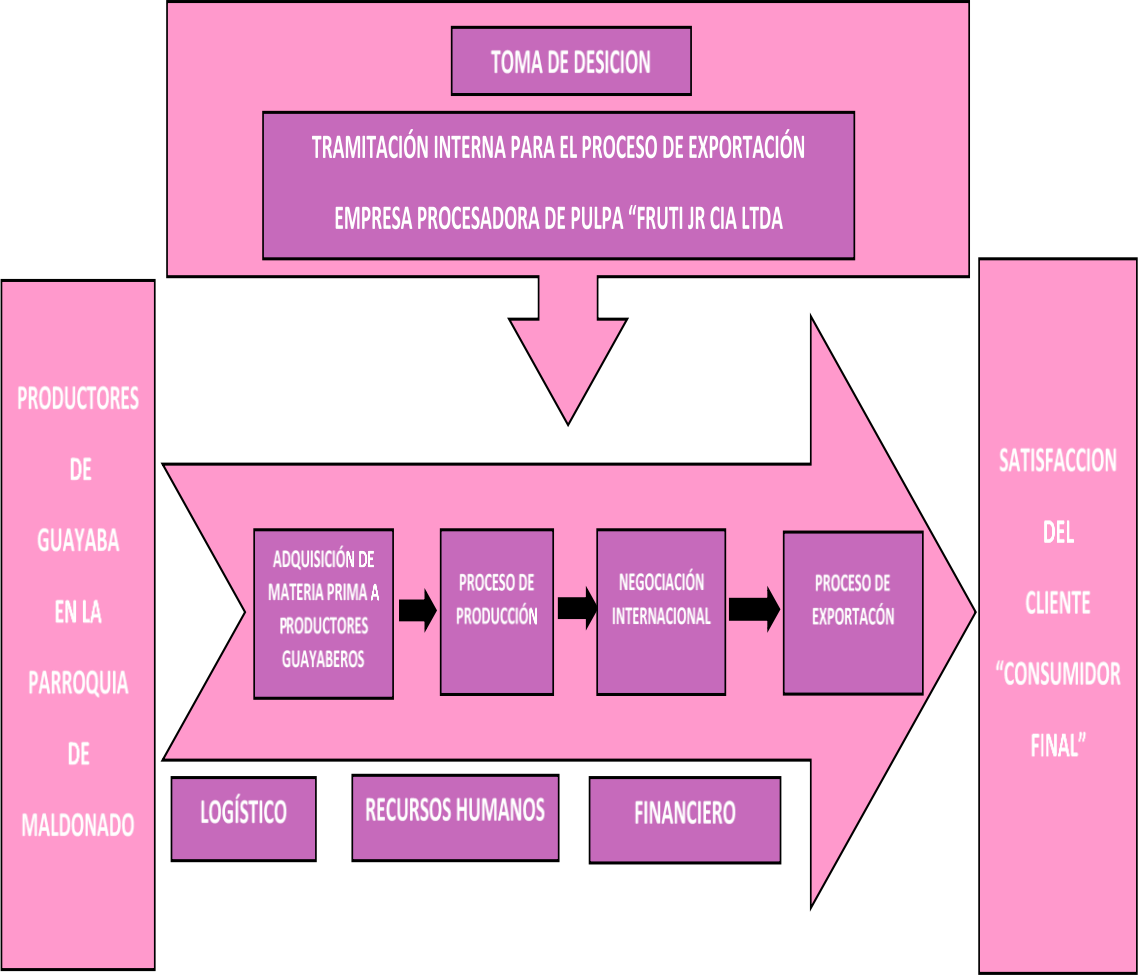
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios – Infraestructura			40.000
Terreno	1	40.000,00	40.000
Maquinaria y Equipo			50.800
Lavador de fruta	1	7.000,00	7.000
Despulpadora	1	6.000,00	6.000
Balanzas	2	400,00	800
Pre-calentador para fruta	1	6.000,00	6.000
Tubo esterilizador	1	4.000,00	4.000
Máquina aséptica de llenado	1	6.000,00	6.000
Elevado de fruta	1	5.000,00	5.000
Banda transportadora	1	1.000,00	1.000
Máquina de Congelación Rápida	1	15.000,00	15.000
Muebles y Enseres			2.353
Juego de escritorio	2	700	1.400
Juego de muebles	2	200	400
Sillas	4	25	100
Archivadores	2	100	200
Teléfono	3	50	150
Esferos	50	0,25	13
Resma de papel	10	4,00	40
Calculadora	5	10	50
Equipo de Computo			3.200
Computadoras	4	700	2.800
Impresoras	4	100	400
Total Activos Fijos - Inversión Fija			96.353

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

5.6.3.4. Mapa de procesos


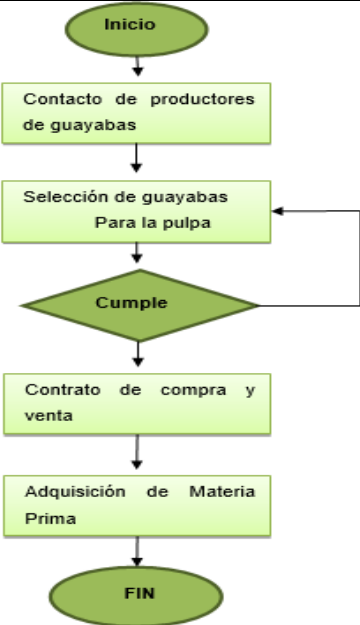
Para la determinación de la ingeniería de procesos se estableció un mapa de procesos ya que a través de este se determinó el proceso de la comercialización de pulpa de guayaba al mercado de Francia – París.

Gráfico 19: Mapa de procesos



Elaborado por: Janneth Reina


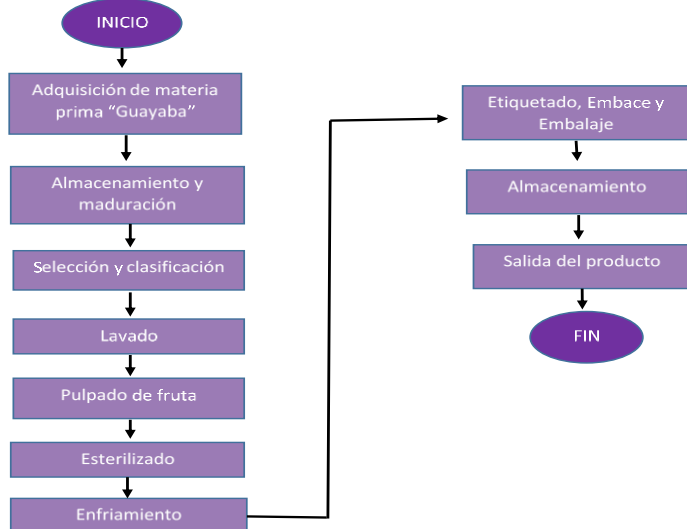
Tabla 51: Adquisición de Materia Prima

		Adquisición de Materia Prima		Código: Versión: Páginas:	NI-001 001 1-1
Responsable:		Jefe de Producción			
Alcance:		Contacto con los 20 productores de guayabas para el proceso de producción			
DETALLE					
Responsable	1. DETALLE			Documento	
Jefe de Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contacto con los productores de guayaba. ➤ Acuerdos de compra y venta de la Materia Prima ➤ Cierre de la negociación. 			-Internet. -Contrato de compraventa.	
2. FLUJOGRAMA					
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contacto[Contacto de productores de guayabas] Contacto --> Selección[Selección de guayabas Para la pulpa] Selección --> Cumple{Cumple} Cumple -- Sí --> Contrato[Contrato de compra y venta] Cumple -- No --> Selección Contrato --> Adquisición[Adquisición de Materia Prima] Adquisición --> FIN([FIN]) </pre>					
MEDICION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIORIZIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE	
Productores	Contrato de compra /ventas	1día	Diario	Jefe de producción	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Jefe de Producción, Productores		Bodega de almacenamiento de Materia Prima		Ninguno	
REVISADO		APROBADO		FECHA	
Socios		Empresa Procesadora de Pulpa "FRUTI JR CIA LTDA"		DIA.MES.AÑO	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina


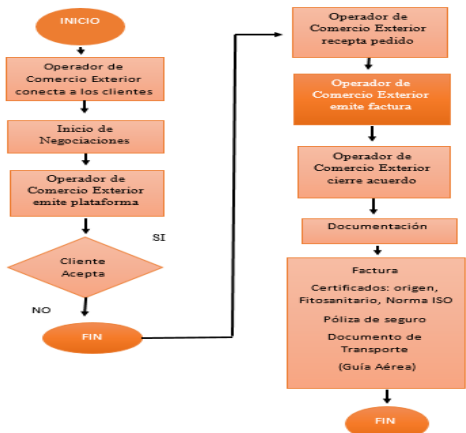
Tabla 52: Proceso de Producción

	Proceso de Producción			Código:	NI-001
				Versión:	001
			Páginas:	1-1	
Responsable:	Jefe de Producción				
Alcance:	Comercialización de pulpa de guayaba				
DETALLE					
Responsable	3. DETALLE				Documento
Jefe de Producción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Selección de materia prima para el proceso de transformación "pulpa" ➤ Proceso de producción 				-Internet. -Contrato de compraventa.
4. FLUJOGRAMA					
					
MEDICION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD CÁLCULO	DE	RESPONSABLE
Jefe de producción	Contrato de compra /ventas	1 días	Mensual		Gerente
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Jefe de Producción, Productores		Bodega de almacenamiento de producto terminado		Ninguno	
REVISADO		APROBADO		FECHA	
Socios		Empresa Procesadora de Pulpa "FRUTI JR CIA LTDA"		DIA.MES.AÑO	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por. Janneth Reina


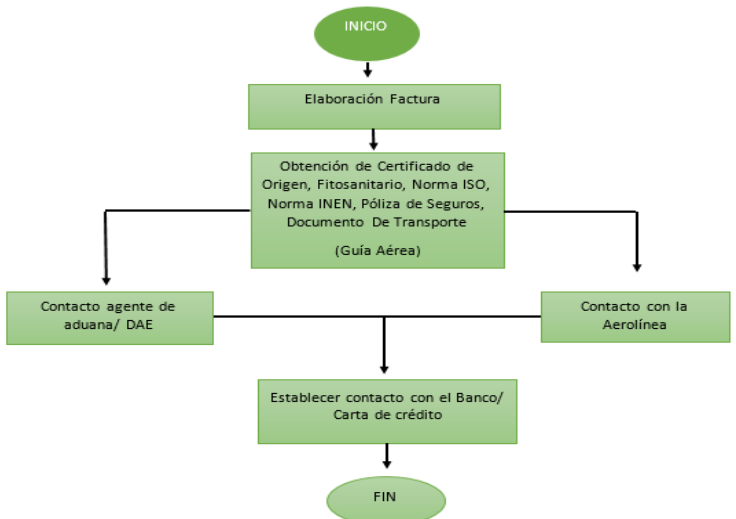
Tabla 53: Negociación Internacional

		Negociación Internacional		Código: Versión: Páginas:		NI-001 001 1-1	
Responsable:		Operador de Comercio Exterior					
Alcance:		Contacto con el cliente en Francia – Paris y concretar con el acuerdo comercial (Pagos, contrato de Compra / Venta).					
DETALLE							
Responsable		5. DETALLE				Documento	
Operador de Comercio Exterior		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Analiza a los potenciales clientes y se contacta con ellos. ➤ Inicio de las negociaciones. ➤ Emite y envía una proforma de la oferta ➤ El cliente puede o no aceptar la oferta. ➤ Hace la recepción del pedido. ➤ Emite la factura. ➤ Se cierra el acuerdo. ➤ Empieza el trámite de los documentos (certificado de origen, fitosanitario, póliza de seguro, Norma ISO, Norma INEN, Documento de Transporte (Guía Aérea)) ➤ Fin del proceso. 				-Internet. -Contrato de compraventa.	
6. FLUJOGRAMA							
							
MEDICION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO							
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODECIDAD CÁLCULO	DE	RESPONSABLE		
Cliente	Contrato de compra /ventas	30 días	Mensual		Gerente		
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO							
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA			AMBIENTE DE TRABAJO		
Administrador / Cliente		Oficina			Ninguno		
REVISADO		APROBADO			FECHA		
Socios		Empresa Procesadora de Pulpa "FRUTI JR CIA LTDA"			DIA.MES.AÑO		

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

Tabla 54: Proceso de Exportación

	Proceso de Exportación	Código: Versión: Páginas:	NI-001 001 1-1	
Responsable:	Operador de Comercio Exterior			
Alcance:	Supervisar todo el proceso de exportación al mercado destino			
DETALLE				
Responsable	DETALLE	Documento		
Operador de Comercio Exterior	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar la Factura Comercial ➤ Obtener documentos para al exportaciones Certificado de Origen, Fitosanitario, Norma ISO, Norma INEN, Póliza de Seguros, Documentos de Transporte (Guía Aérea) ➤ Establecer el contacto con el agente de aduana para la elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) ➤ Establecer el contacto con el aerolínea para la elaboración del Documento de transporte ➤ Establecer el contacto con el Banco para la elaboración de la Carta de Crédito para la Exportación ➤ Fin del proceso 	Documentación necesaria para al Exportación		
FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> A[Elaboración Factura] A --> B["Obtención de Certificado de Origen, Fitosanitario, Norma ISO, Norma INEN, Póliza de Seguros, Documento De Transporte (Guía Aérea)"] B --> C["Contacto agente de aduana/ DAE"] B --> D["Contacto con la Aerolínea"] C --> E["Establecer contacto con el Banco/ Carta de crédito"] D --> E E --> FIN([FIN]) </pre>				
MEDICION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODECIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Proceso de exportación	Salida de la mercancía		Trimestral	Operador de Comercio Exterior
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Administrador / Cliente	Oficina		Ninguno	
REVISADO	APROBADO		FECHA	
Socios	Empresa Procesadora de Pulpa "FRUTI JR CIA LTDA"		DIA.MES.AÑO	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

5.7. Propuesta Comercial

5.7.1. Producto

Para que el producto en este caso “Pulpa de Guayaba”, pueda ingresar al mercado de Francia - Paris es necesario que se realice una adecuada presentación del producto su embase, embalaje y su etiquetado cumpliendo todas las normas legales para el ingreso del producto al mercado meta.

5.7.1.1. Proceso de producción

Para la comercialización de este producto se determinará el proceso de producción desde la adquisición de la fruta hasta el producto elaborado en este caso la pulpa de guayaba a continuación detallaremos los pasos para la elaboración de la pulpa.

5.7.1.2. Empaque y etiquetado del “Producto Pulpa de Guayaba”.

El producto final es la pulpa de guayaba, La marca del producto se denominará “FRUTI JR”, contando con un eslogan “Lo Mejor 100% Natural”; el embalaje y presentación del producto, es el apropiado y llamativo para las ventas al detalle; además toda la información referente a las características del producto serán detallados en su idioma oficial francés. Otro aspecto a considerar es que conforme se incrementan las tendencias ambientalistas alrededor del mundo se prevé desarrollar diversas formas de embalaje.

Gráfico 20: Proceso de producción



Elaborado por: Janneth Reina

Gráfico 21: Marca del Producto



Elaborado por: Janneth Reina

El empaque primario es una bolsa de polietileno de 500 gramos, decorada con la marca de la empresa, cumpliendo con todos los requerimientos del mercado meta lo que le hace novedoso al producto, su empaque secundario será cajas acorde al producto ya que son pulpas necesitan un plástico especial para que puedan conservar su pulpa en congelación.

Gráfico 22: Empaque del producto

Fruti JR
Lo Mejor 100% Natural

Guayaba Pulpa

Fabriqué en équateur

Información Nutricional "Pulpa de Guayaba"	
Tamaño	500g
Energía (calorías) Por Porción	30cal
Calorías De Gras	5cal
Gras Total	0.5 g
Sodium	0mg
Carbohidratos Totales	7g
Azúcares	7g
Proteína	0g

Preparation
1.- verse le contenu du sur en la licuadora
2.- Agrégez de l'eau ou lait et licue
3.- Agrégez sucre au goût

conservez en réfrigération
Ingrédients
Pulpa de Guayaba 100% naturel
Contient beaucoup de vitamine (A,B,C,E)
minérales
calcio
fósforo

Direction: Carchi - Équateur
Téléphone: 0985669527
Courrier: fruti jr@gmail.com

500g

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

Para el transporte del producto se utilizará una caja de cartón para que el producto llegue en buen estado al mercado meta en este caso Francia – Paris.

Gráfico 23: Empaque secundario del producto



Fuente: Investigación Realizada

5.7.1.3. Calidad del Producto

Uno de los aspectos principales dentro de las características del producto, es su calidad, cuyos parámetros deben ser cumplidos a fin de poder ser enviados a los compradores potenciales del mercado Francés.

Los potenciales clientes son exigentes y la mayoría de los productos vendidos en Francia tienden a ser de calidad relativamente alta, debido a que los importadores son legalmente responsables por productos defectuosos, para ello se debe prestar mucha atención al proceso de fabricación y la calidad en todas sus fases de producción para la elaboración del producto.

5.7.2. Precio

Existe un enlace particular importante entre los bienes sustitutos. Las alteraciones del precio de un bien pueden ocasionar desplazamiento en la curva de la demanda de otro bien. Sin lugar a dudas que el principal producto sustituto de las frutas congeladas es en estado natural, en razón de ello se presenta como

una gran ventaja asumir que los Francés tienen que recurrir a menos viajes al lugar de despensa en razón de un mayor tiempo de conservación de las frutas.

Los productos que pueden llegar a competir con la pulpa de fruta a causa de variaciones en precios, calidad, presentación, gusto de los consumidores, publicidad, etc.; son las frutas frescas, pulpas de frutas conservadas por adición de preservativos químicos, los jugos envasados o néctares y otras frutas procesadas (frutas en almíbar, fruta deshidratada, etc.).

El precio al mercado debe de ser competitivo y además para el acceso a la canasta básica de los consumidores en Francia, es por eso que el costo de producción es de 1, 92 y la venta de la pulpa de guayaba es de:

Precio de Venta: 2.69 USD

5.7.3. Plaza

El presente estudio ha considerado distribuir los productos por medio de los importadores directos, para ello recurre a la base de datos de Francia, a fin de obtener una lista con los compradores, tomando en cuenta aquellos que tienen mayor posicionamiento y experiencia en negocios internacionales

Tomando en cuenta el perfil del consumidor ellos adquieren más los productos de la canasta básica en RETAILERS.

Gráfico 24: Principales supermercados en Francia



Fuente: Pro Ecuador. 2014

Luego de un análisis el principal supermercado en Francia es Carrefour, ubicado en las principales ciudades de este país.

5.7.4. Promoción.

5.7.4.1. Canales de Producción: Mailing o Publicidad Directa por Correo

La aplicación de este tipo de publicidad se valdrá de dos medios:

El buzoneo, a través del cual se introducirán folletos catálogos, tarjetas de presentación a correos de clientes para lo cual se solventará en la utilización de base de datos o referidos y en el uso de páginas de internet de acceso libre. (Laudon, 2012).

El Mailing Personalizado se utilizará para el envío de folletos publicitarios donde se incluyan además proposiciones de ventas a distribuidores mayoristas de frutas procesadas en Francia - Paris.

5.7.4.2. Comercio Electrónico B2B:

Se la define como, “las ventas electrónicas de bienes o servicios entre negocios o empresas.”

Este medio de promoción será utilizado especialmente para agilizar la comunicación entre proveedores-empresa-compradores, con el fin de aprovechar las ventajas. Ayuda a reducir los costos en la adquisición de productos, en razón de que el cierre de ventas se lo realiza de manera virtual sin que haya necesidad de un contacto personal, por lo que el tiempo ocupado para esas gestiones se reduce favorablemente.

Mejora la calidad del servicio la atención al cliente, de tal forma que los clientes, no pierdan tiempo en tratar de comunicarse para presentar sus inquietudes, sino que se limitan tan solo al envío de un correo electrónico, el mismo que será atendido oportunamente.

Además se aprovechará al máximo las campañas en la cual se busca incentivar las costumbres de una alimentación saludable con un alto consumo de frutas y de productos naturales, esto incentivará a los importadores a comprar un producto natural y exótico, a ello se debe agregar que se debe insistir en participar en ferias de exposición con el fin de explorar las posibilidades para las importaciones, de tal forma que ellos se provean de toda la información que sirva de sustento para la ejecución de negocios con la empresa procesadora “FRUTI JR CIA LTDA”.

5.8. PROPUESTA LOGÍSTICA

La distribución física internacional, comprende todas las actividades realizadas para el traslado de la pulpa de guayaba, desde la empresa procesadora, ubicada en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, hasta el lugar de destino, París – Francia, cumpliendo con todas las formalidades legales y aduaneras.

La DFI, está dividida en tres etapas, para el traslado de la mercancía, denominadas:

- Etapa 1: procesos en el país de exportación
- Etapa 2: procesos en el tránsito internacional
- Etapa 3: Procesos en el país de importación

5.8.1. Datos básicos del embarque

Con el fin, de realizar la exportación de pulpa de guayaba, será necesario identificar algunos aspectos importantes, en relación a este producto, como su posición arancelaria, tanto en el país exportador como exportador, unidad comercial de venta y el valor comercial, como se detalla a continuación:

Tabla 55: Información básica del producto

Nombre técnico o comercial del producto	Pulpa
Posición arancelaria en el país exportador	2008.99.90.00
Posición arancelaria en el país importador	2008.99.90.00
Unidad comercial de venta	Funda de 0,50 kg
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial.	0,96

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

Una vez q se cuenta con la información básica del producto, se podrá determinar los datos básicos del embarque, mismo que se realizará cada trimestre, en cada uno de estos, se enviará un total de 22.680 fundas de 500 gramos trimestrales y anual un total de 90.720 unidades, bajo el termino de negociación CIP, cuyas obligaciones como exportador se extienden hasta el descargue de la mercancía en la terminal aérea del exportador, asumiéndolos costos del seguro y el transporte internacional.

Tabla 56: Información básica del embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Quito
País de destino	Francia
Ciudad de punto de destino	Paris
Nº de unidades comerciales por embarque	90720.00
Valor inicial del embarque (EXW)	87,493.01
Tipo de embalaje	Pallets
Tipo de unidad de carga	contenedor
Nº total de embalajes (Calas)	2016
Nº total de unidades de carga	2

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

De igual manera, se deberá tomar en cuenta información adicional como la forma de pago, el tipo de cambio y la tasa de interés, los cuales, podrán llegar a influir de manera directa en la realización del proyecto.

Tabla 57: Información Adicional

Termino de negociación	CIP
Forma de pago	Carta de crédito
Plazo	30 días
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	11,20%
TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL	4,44%
INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO	3,12%

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.1. Calculo del cubicaje

Para el cálculo del cubicaje se deberá tomar como base las medidas de la caja de cartón corrugado, que pesa 22.5 kg, y contiene 45 fundas de 500 gramos de pulpa de guayaba, estas cajas, serán unitarizadas en pallets utilizados para el transporte aéreo, además se dispone de una capacidad máxima de apilamiento de seis cajas, obteniendo un total de 252 cajas por pallet.

Tabla 58: Cálculo de cubicaje

Detalle	EMPAQUE / EMBALAJE cajas	UNIDAD DE CARGA	Estimación del espacio
Nº de unidades	504	252	
Largo mts	0.45	2.7	6
Alto mts	0.24	1.44	6
Ancho mts	0.3	2.1	7
Volumen total del embarque m3	0.0324	8	246
Peso por unidad kg	22.5	5670	252
Peso total del embarque ton	0.023	5.670	252

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

De la misma manera, se realizó el cubicaje para el contenedor refrigerado, el cual, se enviará hasta el lugar de destino, como se optó por el transporte aéreo, el contenedor es elegido, debido a que, las dimensiones de los pallets, coinciden con este, es así que se enviará un pallet por contenedor (Véase en el Anexo N° 6), a continuación se determinará las medidas del pallet correspondientes para el proceso de exportación.

Tabla 59: Cálculo de cubicaje

Detalle	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	Estimación del espacio
Nº de unidades	2	1	
Largo mts	2.7	3.17	1
Alto mts	1.44	1.62	1
Ancho mts	2.1	2.23	1
Volumen total del embarque m3	8.16	11.45	1.40
Peso por unidad kg	11340	11340	1
Peso total del embarque ton	11.340	11.340	1

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

Con los datos obtenidos, se realizó las proyecciones de venta para los siguientes cinco años, que tendrá vigencia el proyecto, utilizando como año base el 2015, con un porcentaje de cobertura, sobre la demanda del mercado de destino del 4.9%.

Tabla 60: Proyección de ventas

Datos	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Oferta Exportable Kg	45360	45360	45360	45360	45360	45360
Demanda Kg	928053	885002	842161	799527	757099	638646
% de Cobertura de la Demanda	4.9%	5.1%	5.4%	5.7%	6.0%	7.1%
Frecuencia de Envío	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral
Numero de Envíos al Año	4	4	4	4	4	4
Tamaño del Embarque (Kg Por Trimestre)	11340	11340	11340	11340	11340	11340
Nº de Empaques / Embalajes Cajas por Trimestre	504	504	504	504	504	504
Nº Pallets por Trimestre	2	2	2	2	2	2
Nº Contenedores por Trimestre	2	2	2	2	2	2
Peso Total Envío Kg Trimestre	11340	11340	11340	11340	11340	11340
Estimación de Ventas Según Cajas por Envío Anual	2016	2016	2016	2016	2016	2016
Estimación de Ventas según Pallets por Envío Anual	8	8	8	8	8	8
Estimación de Ventas según Empaques / Embalajes al Año (Pallets)	8	8	8	8	8	8
Estimación de Ventas Kg Año	45360	45360	45360	45360	45360	45360

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2. Costos directos país de exportación

5.9.2.1. Envase

El envase óptimo para la exportación de la pulpa de guayaba, son las bolsas de polietileno, cuyas medidas, son: de largo 15cm, de ancho 2 cm y de alto 22 cm, en las cuales, se empacara 500 gramos, del producto.

5.9.2.2. Empaque

Tabla 61: Costo de embace por envío (Total Trimestre)

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo total de operación USD
Bolsa de polietileno	0,25	22680	5870	2	2	5870
Totales						5870

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

Las fundas que contienen la pulpa de guayaba, serán empacadas en cajas de cartón corrugado doble, además, se colocará en cada embace un envoltorio de papel filtro para evitar el contacto con el empaque.

Tabla 62: Costo de empaque por envío (Total Trimestre)

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo total de operación USD
Cajas de cartón corrugado doble	0,30	504	151,20	0,33	2	151,20
Papel filtro	1,20	8	9,6			9,6
Cinta adhesiva	0,50	6	3,00			3,00
Etiquetas	0,10	504	50,40			50,40
Totales						214,20

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2.3. Unitarización

Tabla 63: Costo de Unitarización por envío (Total Trimestre)

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo total de operación USD
Pallets	12	2	24	0,33	1	24
Zunchos	8	1	8			8
Malla	2	10	20			20
Totales						52

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2.4. Manipuleo en el local del exportador

Corresponde al costo de carga de los pallets, al medio de transporte para posteriormente ser trasladados al puerto de embarque destinado, para este caso se ha designado el aeropuerto de Mariscal Sucre (Tababela), ubicado en la ciudad de Quito.

Tabla 64: Costo de manipuleo en el local del exportador (Total Trimestre)

Descripción	Costo por pallet	Cantidad	Tiempo horas	Tiempo días	Costo total de operación USD
Cargue del pallets al vehículo	25	2	2	0,25	50
Totales				0,25	50

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2.5. Documentación

La documentación necesaria para cumplir con el proceso de exportación en aduana ecuatoriana es la siguiente:

Tabla 65: Costo documentación (Total Trimestre)

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	RR. HH.	Tiempo Horas	Tiempo Días	Costo total de operación USD
Certificado de Origen	11,2	1	1	2	0,25	11,2
Certificados Fitosanitario	35	1		2	0,25	35
Norma INEN	240	1		2	0,25	240
Totales				6	0,75	286,2

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2.6. Transporte interno

Para el transporte interno se requiere contratar una empresa transportista en este caso la empresa TRANSCOMERINTER CIA LTDA, quien se encargará del transporte interno desde la ciudad de Tulcán hacia el Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, en un semirremolque de 17tn, con contenedor refrigerado, tomando en cuenta que se transportará 11 toneladas trimestrales de pulpa para la comercialización al mercado en Francia en la ciudad de Paris.

Tabla 66: Costo Transporte Interno (Total Trimestre)

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo días	Costo total de operación USD
Flete interno vehículo	300	1	0,62	300
Totales			0,62	300

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2.7. Manipuleo Embarque

Este costo corresponde a la carga de la mercancía al avión, se debe coordinar con la aerolínea que realizará el transporte internacional hasta el Aeropuerto internacional de Orly de destino en Paris – Francia.

Tabla 67: Costo manipuleo de embarque (Total Trimestre)

Descripción	Costo por Embarque	Cantidad	Tiempo horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Cargue de pallets a transporte internacional	25	2	3	0,13	50
Totales				0,13	50

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.2.8. Agentes

Para el envío electrónico a través del sistema informático ECUAPASS y la elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA, se contratará los servicios de un agente de carga de exportaciones, según el art. 64 del reglamento del COPCI, este trámite lo puede realizar la aerolínea, la cual se encargará además de la elaboración de los documentos de transporte, en este caso la guía aérea para el despacho de la mercancía.

Tabla 68: Costo Agentes (Total Trimestre)

Descripción	Honorarios profesionales	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Agente de carga	150	1	4	0,5	150
Totales			4	0,5	150

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.3. Costos Indirectos País de Exportación

5.9.3.1. Bancarios

La forma de pago, conveniente para esta negociación internacional será una carta de crédito, misma servirá, como seguro para el cobro de la mercancía a exportar y será emitido por una institución financiera, para este ejercicio el Banco Pichincha.

Tabla 69: Costos bancario (Total Trimestres)

Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	tiempo de contratación en horas	tiempo de contratación en Días	COSTO FINAL USD
Costo Carta de Crédito	87595.01	3.00%	2.00	0.25	2627.85

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.3.2. Capital e inventario país de origen

Para calcular el costo del capital e inventario se tomará el valor FCA y la tasa de interés pasiva anual del Banco Central del Ecuador, la misma, que está en el 11,20%.

Tabla 70 :Capital e Inventario - País Origen (Total Trimestre)

Descripción	Base de cálculo = FCA + gastos	Tasa pasiva de interés anual	tiempo en días	año comercial	COSTO FINAL USD
Costo de oportunidad.	91009.06	11.20%	4.21	360	119.06

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.4. Total Costo – Tiempo de la DFI del país exportador

Los costos totales directos e indirectos, tienen un valor de 9.519,3 USD, en un tiempo de 4,2 días requeridos para que la mercancía esté preparada para él envió a la ciudad de Paris – Francia, con un valor FOB de 91.128,10 USD.

Tabla 71: Costos Directos País de Exportación (Total Trimestre)

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	5670.0	2,0
Embalaje	214.2	0,3
Unitarización	52.0	0,0
Manipuleo en el local del exportador	50.0	0,0
Documentación	286.2	0,0
Transporte interno	300.0	1,0
Manipuleo Embarque	50.0	0,1
Agentes	150.0	0,5
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	2627.9	0,3
Capital e inventario país de origen	119.1	4,2
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	9519.3	4,2
VALOR EXWORK	87493.0	2,3
VALOR FCA	87595.0	2,7
VALOR FOB	91128.1	4,2

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.5. Costos directos en el tránsito internacional

5.9.5.1. Flete Internacional

El transporte internacional, se efectuará desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en la ciudad de Quito, hacia el Aeropuerto internacional de Orly en la ciudad de Paris en Francia, según la cotización de la empresa de transporte aéreo Fervacargo S.A, el transporte se realizará en un tiempo aproximado de 12 horas, con un costo de 14.175,00 USD. (Véase en el Anexo N° 7).

Tabla 72: Costo Flete Internacional (Total Trimestre)

Descripción	Costo unitario por embarque x kilo	Cantidad de kilos	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete internacional vía aérea	1,25	11340	1,5	14175
Totales			1,5	14175

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.5.2. Seguro Internacional

La mercancía contará con un seguro del 3%, para la protección de la carga, este seguro está a cargo del exportador, el mismo que se contratará a la empresa COOPSEGUROS del Ecuador S.A, la póliza de seguro, cubrirá daños como: robo, falta de entrega y rotura de empaques o embalajes, como se indica en el certificado o aplicación de seguro, y su vencimiento será treinta (30) días calendario contados a partir de la fecha de llegada del avión a destino final.

Tabla 73: Costo Seguro Internacional (Total Trimestre)

Descripción	Valor asegurado	Prima	tiempo de contratación en horas	tiempo en días	costo de operación
cobertura de todo riesgo	105303.12	3%	2	0.25	3159.09

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.6. Costos indirectos en el tránsito internacional

5.9.6.1. Capital e Inventario

Para el cálculo del capital e inventario, en el tránsito internacional se toma el valor CIP, debido a que, la inversión ha crecido, de igual manera, se calcula con la tasa de interés pasiva anual del Banco Central del Ecuador.

Tabla 74: Costo del Capital e Inventario - Tránsito Internacional (Total Trimestre)

Descripción	VALOR CIP	Tasa pasiva de interés anual	tiempo en días	año comercial	COSTO FINAL USD
Costo de oportunidad.	108.462,22	11,20%	1,63	360	54,83

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.7. Total Costo – Tiempo de la DFI en el tránsito internacional

Los costos directos e indirectos en el tránsito internacional, tiene un costo de 17.388,9 USD, y un valor CIP de 108.517,10 USD, en un tiempo aproximado de 5,8 días.

Tabla 75: Análisis de costos en el Tránsito Internacional (Total Trimestre)

COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	14175.0	1,0
VALOR CFR	105303.1	5,2
SEGURO INTERNACIONAL	3159.1	0,3
VALOR CIF	108462.2	5,5
MANIPULEO DESEMBARQUE	0,0	0,4
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	54.8	1,6
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	17388.9	1,6
VALOR CIP	108517.1	5,8

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.9.8. Costos directos en el país de Importación

Como el término de negociación es CIP, los costos que se genera en el país importador, están a cargo del comprador, estos valores no serán tomados en cuenta porque aumentan los costos para cálculos del precio de venta, ya que estos valores no serán pagados por la empresa exportadora.

5.10. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.10.1. Inversión Inicial

La inversión inicial, que se deberá realizar para el presente proyecto está conformada por la adquisición de todos los activos fijos necesarios para la elaboración, exportación de pulpa de guayaba, capital de operación y gastos de constitución.

Tabla 76: Activos Fijos

Detalle	Valor
Edificios – Infraestructura	40.000
Maquinaria y Equipo	50.800
Muebles y Enseres	2.353
Equipo de Computo	3.200
TOTAL	96.353

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 77: Capital de Operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	63,871
Gastos Administrativos	23,622
Gastos de Exportación	83,877
Total Costo Anual	171,370
Total Costo Diario	476
Ciclo de caja	90
Capital de Operación	42,842

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 78: Gastos de Constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015
Permisos	1	1000	1.000
Licencias	1	500,00	500
Norma ISO	1	8.000,00	8.000
Sanitario	1	20,00	20
Certificación para productos orgánicos	1	15.000,00	15.000
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			24.520

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

Para la puesta en marcha del proyecto de producción y exportación de la pulpa de guayaba se necesita una inversión total de 163.715\$, mismos que se encuentran distribuidos en gastos de constitución, inversión fija y capital de operación.

Tabla 79: Inversión inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	96,353
Capital de Operación	42,842
Gastos de Constitución	24,520
Total Inversión Inicial	163,715

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

La estructura del financiamiento para este proyecto, se encuentra compuesta en un 80% que corresponde al capital propio y el 20% forma parte del capital ajeno, este porcentaje será financiado a través del Banco del Pichincha a una tasa de interés del 11.20%, obteniendo cuotas mensuales de 1073,51 USD y un plazo de 3 años.

Tabla 80: Estructura de Financiamiento

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	80%	130,972
Capital Ajeno	20%	32,743
TOTAL		163,715

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.10.1.1. Proyección de Costos

Para realizar la proyección de los costos, se ha tomado los costos directos e indirectos desde compra de la materia prima debido a que la fruta es proveniente desde la parroquia de Maldonado, hasta el proceso de elaboración en pulpa, hasta su exportación al mercado de destino. Los costos de producción, serán proyectados para cinco años, contando desde la implementación del proyecto.

Tabla 81: Proyección de costos

Costos de Producción			Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima			18,948	20,668	21,585	22,544	23,545
Kilogramo de guayaba	60,633	0.31	18,948	20,668	21,585	22,544	23,545
Mano de Obra			20,532	22,379	24,541	26,911	29,511
Obreros	1	20,532	20,532	22,379	24,541	26,911	29,511
Costos Generales de Fabricación:			24,391	26,605	27,786	29,020	30,309
Bolsas de polietileno	90720.00	0.25	22,680	24,739	25,871	26,984	28,182
Embalaje	504.00	0.30	151	165	172	180	188
Agua	12.00	20.00	240	262	273	286	298
Energía	12.00	80.00	960	1,047	1,094	1,142	1,193
Suministros de limpieza	12.00	30.00	360	393	410	428	447
Depreciaciones	0.00	0.00	0	0	0	0	0
Total Costo de Producción			63,871	69,652	73,913	78,475	83,365

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.10.1.2. Proyección de Gastos

Para la implementación del proyecto, es necesario realizar gastos administrativos, para la elaboración y exportación, de la pulpa de guayaba. Para la administración de la empresa procesadora y la oficina ubicada en la ciudad de Tulcán, para la cual tiene los siguientes gastos:

Tabla 82: Proyección de gastos

Gastos Administrativos			Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos	1	43,194	22,662	24,749	27,140	29,761	32,637
Servicios Básicos	12	40.00	480	501	524	547	571
Suministros de Oficina	12	10.00	120	125	131	137	143
Suministros de Limpieza	12	30.00	360	376	393	410	428
Total Gastos Administrativos			23,622	25,751	28,187	30,855	33,779

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

De igual manera, se realizarán gastos de exportación, correspondientes al empaque, unitarización, manipulación, documentación, agente de carga, transporte interno e internacional, seguro, entre otros.

Tabla 83: Proyección gastos de exportación

Gastos de Exportación (Ventas)			Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019
Manipuleo en el local de exportador	4	50.00	200	209	218	228	238
Unitarización	4	52.00	208	217	384	401	419
Documentación	4	286.20	1,145	1,196	1,249	1,304	1,362
Transporte interno	4	300.00	1,200	1,253	1,309	1,367	1,428
Transporte internacional	4	14175.00	56,700	59,217	61,847	64,593	67,461
Seguro internacional	4	3159.09	12,636	13,197	13,783	14,395	15,035
Manipuleo de embarque	4	50.00	200	209	218	228	238
Agentes	4	150.00	600	627	654	684	714
Costos bancarios	4	2627.85	10,511	10,978	11,466	11,975	12,506
Capital e inventario - país de origen	4	119.06	476	497	519	543	567
Total Gastos de Exportación (Ventas)			83,877	87,601	91,647	95,717	99,966

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.10.2. Estados Financieros

5.10.2.1. Balance General

Este balance proyectado, se lo utilizará para saber la situación actual, en la que se podría encontrar la empresa procesadora de pulpa de guayaba, donde se detallan los activos, pasivos y capital.

Tabla 84: Balance general del proyecto

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	42,842.46	102,917.07	147,679.60	193,546.38	254,499.42	318,494.89
Bancos	42,842.46	102,917.07	147,679.60	193,546.38	254,499.42	318,494.89
ACTIVO FIJO	96,352.50	85,970.69	75,588.88	65,207.07	55,891.82	46,576.57
Maquinaria y equipo	50,800.00	50,800.00	50,800.00	50,800.00	50,800.00	50,800.00
(-)Depreciación acumulada maquinaria y equipo		5,080.00	10,160.00	15,240.00	20,320.00	25,400.00
Equipo de computación	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00	3,200.00
(-)Depreciación acumulada equipo de computo		1,066.56	2,133.12	3,199.68	3,199.68	3,199.68
Edificios - construcción	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
(-)Depreciación acumulada edificios - construcción		4,000.00	8,000.00	12,000.00	16,000.00	20,000.00
Muebles y enseres	2,352.50	2,352.50	2,352.50	2,352.50	2,352.50	2,352.50
(-)Depreciación acumulada maquinaria y equipo		235.25	470.50	705.75	941.00	1,176.25
ACTIVO DIFERIDO	24,520.00	19,616.00	14,712.00	9,808.00	4,904.00	0.00
Gasto constitución	24,520.00	24,520.00	24,520.00	24,520.00	24,520.00	24,520.00
Amortiza Acum Gstos		4,904.00	9,808.00	14,712.00	19,616.00	24,520.00
TOTAL ACTIVOS	163,714.96	208,503.76	237,980.48	268,561.45	315,295.24	365,071.46
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
PASIVO NO CORRIENTE	32,742.99	23,010.00	12,139.94	0.00	0.00	0.00
Préstamo Bancario	32,742.99	23,010.00	12,139.94	0.00	0.00	0.00
OBLIGACIONES		18,373.84	19,788.85	21,065.79	22,848.46	24,474.52
Pago Participación trabajadores (15%)		8,178.27	8,808.09	9,376.47	10,169.94	10,893.70
Pago impuesto a la renta (22%)		10,195.58	10,980.76	11,689.33	12,678.52	13,580.82
TOTAL PASIVO	32,742.99	41,383.84	31,928.79	21,065.79	22,848.46	24,474.52
PATRIMONIO						
Capital social	130,971.97	130,971.97	130,971.97	130,971.97	130,971.97	130,971.97
Utilidades		36,147.95	38,931.77	41,443.98	44,951.12	48,150.16
Utilidades RETENIDAS			36,147.95	76,079.72	116,523.69	161,474.82
TOTAL PATRIMONIO	130,971.97	167,119.92	206,051.68	247,495.66	292,446.78	340,596.94
PASIVO + PATRIMONIO	163,714.96	208,503.76	237,980.48	268,561.45	315,295.24	365,071.46

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

5.10.2.2. Estado de Resultados

Este estado financiero, definirá la utilidad o pérdida obtenida durante la actividad de la empresa procesadora, puesto que, aquí se integran todas las cuentas pertenecientes a ingresos y gastos, realizados en la producción y comercialización de pulpa de guayaba.

Tabla 85: Estado de Resultados - Con Financiamiento

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ventas	244,327	259,022	272,285	287,066	303,954
Fundas 0,5 kg pulpa guayaba	90,720	90,720	90,720	90,720	90,720
Precio 0,5 kg pulpa guayaba	2.69	2.86	3.00	3.16	3.35
- Costo de Ventas	63,871	69,652	73,913	78,475	83,365
Utilidad Bruta en Ventas	180,456	189,371	198,372	208,591	220,589
- Gastos Operacionales	107,499	113,352	119,834	126,572	133,745
Gastos Administrativos	23,622	25,751	28,187	30,855	33,779
Gastos de Exportación	83,877	87,601	91,647	95,717	99,966
Otros Gastos	15,286	15,286	15,286	14,219	14,219
Depreciaciones	10,382	10,382	10,382	9,315	9,315
Amortizaciones	4,904	4,904	4,904	4,904	4,904
Utilidad Operacional	57,671	60,733	63,252	67,800	72,625
- Gastos Financieros	3,149	2,012	742	0	0
Interés Bancario	3,149	2,012	742	0	0
U.A.T.I	54,522	58,721	62,510	67,800	72,625
- 15% Particip. Trabajadores	8,178	8,808	9,376	10,170	10,894
Utilidad Antes de Impuestos	46,344	49,913	53,133	57,630	61,731
- 22% Impuesto a la Renta	10,196	10,981	11,689	12,679	13,581
Utilidad Neta	36,148	38,932	41,444	44,951	48,150

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

5.10.2.3. Flujos de Efectivo, VAN, TIR

El flujo de caja, ha sido proyectado para cinco años, que corresponde a la vida útil del proyecto, con lo cual, se pretende analizar los distintos indicadores financieros, que servirán, para la toma de decisiones, a través del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el costo beneficio y el periodo de recuperación, con una tasa de descuento del 11,20%.

Tabla 86: Estado de flujo de efectivo

DESCRIPCIÓN	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
Saldo inicial de caja		42,842.46	102,917.07	147,679.60	193,546.38	254,499.42
Ventas pronosticadas		244,326.62	259,022.49	272,284.52	287,065.91	303,953.76
TOTAL INGRESOS EN EFECTIVO		287,169.07	361,939.56	419,964.11	480,612.29	558,453.18
Costo de ventas		63,871.01	69,651.68	73,912.51	78,475.40	83,364.65
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		223,298.06	292,287.88	346,051.60	402,136.89	475,088.53
(-)Gastos Administrativos y de ventas		107,498.82	113,352.26	119,834.19	126,571.68	133,745.18
(-)Gasto interés		3,149.18	2,012.13	742.23	0.00	0.00
(-)Pago capital de deuda		9,733.00	10,870.05	12,139.94	0.00	0.00
(-) Depreciaciones		10,381.81	10,381.81	10,381.81	9,315.25	9,315.25
(-)Amortización acumulada		4,904.00	4,904.00	4,904.00	4,904.00	4,904.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART.		87,631.26	150,767.63	198,049.42	261,345.96	327,124.10
Pago Participación trabajadores (15%)		8,178.27	8,808.09	9,376.47	10,169.94	10,893.70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		79,452.99	141,959.54	188,672.95	251,176.02	316,230.40
Pago impuesto a la renta (22%)		10,195.40	10,980.76	11,689.33	12,678.52	13,580.82
UTILIDAD NETA		69,257.41	130,978.78	176,983.63	238,497.50	302,649.58
(+) Depreciaciones		10,381.81	10,381.81	10,381.81	9,315.25	9,315.25
(+) Amortización		4,904.00	4,904.00	4,904.00	4,904.00	4,904.00
Activos fijos	96,352.50					
Activos diferidos	24,520.00					
Capital de operación	42,842.46					
Valor residual						
TOTAL FLUJO DE EFECTIVO	163,714.96	102,917.07	147,679.60	193,546.38	254,499.42	318,494.89

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

Tabla 87: Indicadores financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 163,714.96		
1	60,074.61	0.9001	54,072.56
2	44,762.53	0.8102	36,264.90
3	45,866.78	0.7292	33,446.92
4	60,953.04	0.6564	40,007.29
5	63,995.47	0.5908	37,807.59
	□FE		201,599.25
	- I.I.		- 163,714.96
	VAN		37,884.30
	TIR		19.75%
	PR		3.23
	B/C		(1.23)

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado Por: Janneth Reina

En el anterior cuadro nos especifica los valores de rentabilidad del proyecto con un valor actual neto (VAN), de 37,884.30Usd y con una Tasa Interna de Retorno del (TIR), del 19,75%, siendo este porcentaje mayor a la tasa de descuento, es decir, que el proyecto es rentable, ya que su inversión se lo recupera en tres años, dando como resultado la factibilidad del proyecto para la creación de la empresa procesadora de pulpa, como también de la exportación de pulpa de guayaba desde Ecuador hacia Francia en la ciudad de París.

5.10.2.4. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, ayudará a definir el número de unidades mínimas que la empresa procesadora de pulpa de guayaba requiere producir y exportar, para no generar pérdidas durante su operación, el número de unidades requeridas se encuentra por debajo de la producción lo que beneficia al proyecto.

Por otro lado para realizar el punto de equilibrio se tomará en cuenta el año 1 como referencia para determinar la cantidad mínima de comercialización.

Tabla 88: Punto de Equilibrio

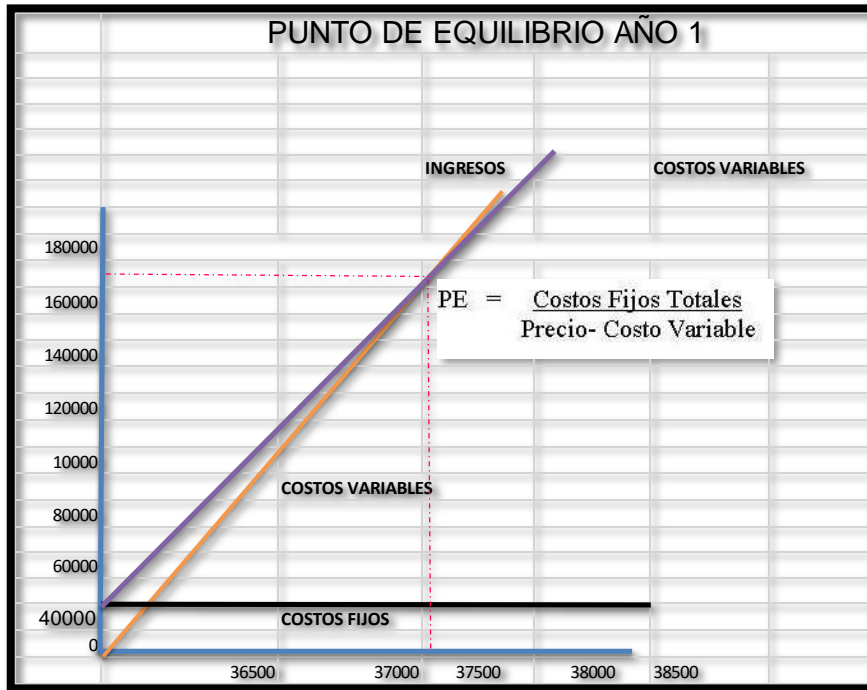
AÑO	1	2	3	4	5
UNIDADES	90720	90720	90720	90720	90720
COSTOS FIJOS	48.863	51.844	55.247	59.623	65.228
COSTOS VARIBALES	125.655,8	133.172,3	139.242,2	145.424,6	151.881,4
PRECIO DE VENTA UNITARIO	2,69	2,86	3,00	3,16	3,35
PE UNIDADES	37.354	37.372	37.672	38.188	38.913
COSTOS	71.858,91731				

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado Por: Janneth Reina

Dentro del punto de equilibrio se determinó que la empresa deberá comercializar 37.354 unidades, que se debería vender para no tener ganancia ni pérdida, este punto es donde se intersecan los ingresos y los costos variables en un determinado periodo.

Gráfico 25: Punto de equilibrio



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Janneth Reina

5.11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.11.1. Conclusiones

Se propone la creación de una empresa procesadora de pulpa FRUTI JR CIA LTDA, ubicada en la ciudad de Tulcán, por motivos de logística, esta empresa únicamente se dedicará a la exportación de pulpa de fruta, que después de haber realizado el estudio de mercados, se obtienen como mejor opción la ciudad de Paris en Francia.

Para la exportación, primeramente se realizó una propuesta comercial, basada en el mix de marketing, obteniendo que, la pulpa de guayaba congelada a ser exportada se empacara en bolsas de polietileno de 500 gramos, las cuales serán

embaladas en cajas de cartón corrugado, para posteriormente ser colocadas en pallets, para el transporte al mercado de destino, con un precio en fábrica de 1.96 USD, cuyo canal de distribución será el directo, es decir, una exportación directa.

Dentro de la distribución física internacional, que se propone, se planteó la optimización de tiempos y recursos, con envíos trimestrales, es así que, el medio de transporte seleccionado por las características propias del producto fue el aéreo, para lo cual fue necesario alquilar un contenedor refrigerado.

El término de negociación óptimo para este proyecto fue CIP, el cual, permite tanto al importador como al exportador, tener un equilibrio entre los costos y la responsabilidad, de la mercancía, obteniendo un precio de venta en el país de destino de 2,69 USD.

El análisis financiero del proyecto, dio como resultado un TIR positivo del 19,75%, y un VAN 37.884,30 USD, con lo cual se puede afirmar que el proyecto es rentable, para la creación de la empresa procesadora de pulpa y la exportación desde Ecuador hacia Francia en la ciudad de París

5.11.2. Recomendaciones

Se recomienda a la empresa “FRUTI JR CIA LTDA” que este en constantes capacitaciones tomando en cuenta las oportunidades de mercados existentes, encaminados a la comercialización de pulpa de guayaba en mercados extranjeros.

La empresa deberá estar en constantes investigaciones para el sistema de embaces y embalajes de cada país según las condiciones y restricciones para el ingreso del producto al mercado internacional.

La empresa deberá tener en cuenta las condiciones y términos, para realizar la exportación, además se debe tener presente el medio de transporte para el envío

de la mercancía que sea óptimo tanto para el comprador como el vendedor tomando en cuenta que la mercancía llegue en buenas condiciones a su destino final.

Se recomienda que la empresa "FRUTICIA LTDA", maneje el mismo tipo de término de negociación para la comercialización de pulpa de guayaba tomando en cuenta las obligaciones entre el comprador y el vendedor optimizando tiempo y recursos.

La empresa deberá realizar constantemente un análisis financiero que le permita conocer cómo se desarrolla las actividades dentro de la misma tomando en cuenta la rentabilidad de proyecto y su utilidad.

BIBLIOGRAFÍA.

- Acuerdo General sobre aranceles aduaneros y comercio, (GATT, 1947).
- Carrión, J, (2010), Estrategia de la visión a la acción; Esic, España.
- Castellanos, A, (2009), Manual de la gestión logística del transporte y la distribución de mercancías, Barranquilla - Colombia; Uninorte.
- Castillo, C, (2011), Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de pulpa de frutas congeladas de mango y guayaba, hacia el mercado canadiense, Universidad Internacional del Ecuador, Quito.
- Código orgánico de la producción comercio e inversiones. Quito, 2010.
- Constitución de la República del Ecuador, Montecristi, (2008).
- CORPEI, FEDEXPOR, 2012, "Logística Internacional", serie cultura exportadora N° 8, impresión DUPRE Artes Gráficas.
- Escribano, G, Fuentes, M, & Alcazar, J, (2010), Políticas de marketing; Paraninfo, España.
- Espinosa, R, (2013), Marketing y PIMES; Alonso, España.
- Eyssautier, M, (2011), Metodología de la investigación, México; Pearson.
- García, J, (2013), Introducción al comercio internacional, Madrid – España; MC GRAW HILL.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS, (2015).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, Censo nacional (2010).
- Kloter, P, (2011), Fundamentos de marketing, México: Pearson.
- Krugman, P, & Wells, R, (2008), Fundamentos de la economía, Barcelona – España; Worth Publishers.
- Laudon, K, (2012), Sistema de información gerencial, México; Pearson.
- Lerma, A, (2010), Comercio y marketing internacional, México; Cengage.
- Ministerio de Economía y Competitividad España, (2013- 2020), Estrategia de ciencia y tecnología y de innovación, España.
- Perez, L, (2008), Marketing social, México; Pearson.
- Porter, M, (2010), Ventaja competitiva, España; Deusto

Realpe, I, (2009), Proyecto de factibilidad para la exportación de mora de castilla congelada pulpa de fruta desde la provincia de Imbabura, al mercado de Francia durante el periodo 2.008 – 2.017, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.

Reglamento, código orgánico de la producción comercio e inversiones. Quito, 2010.

Sánchez, J & Martínez, C, (2008), Paul Krugman y el nuevo comercio internacional, Bogotá – Colombia; Criterio libre.

Servicio de Rentas Internas, Guía Referencial del Registro Único de Contribuyentes RUC, 2015.

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), (2015), Arancel.

Superintendencia de compañías, (2015).

Slywotzky, A, (2012), Demanda, Bogotá – Colombia; Grupo norma.

Trade Map, (2015).

Uquillas, C (2011), Modelo económico del Ecuador, Quito – Ecuador; Castellanos.

Veleiro, B, (2008), Mercado y competencia, España; S/E.

Villareal, L, (2013); Comercialización de mora de castilla producida en la provincia del Carchi sector Maldonado y la demanda requerida en España, Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán.

LINKOGRAFÍA

Agencia francesa para las inversiones internacionales, ciencia y tecnología (2014), Recuperado de: <http://www.france.fr/es/emprender-y-triunfar-en-francia/la-innovacion-un-factor-de-atractividad-clave-de-francia.html>.

Banco Central del Ecuador, Estadísticas, (2015). Recuperado de: http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp.

Datos Macro, (2015), Francia economía y demografía, Recuperado de: <http://www.datosmacro.com/paises/francia>.

Embajada de Chile – Ecuador (Ministerio de relaciones exteriores chileno), (2015), Acuerdos y tratados bilaterales, Recuperado de:

[http://chileabroad.gov.cl/ecuador/relacionbilateral/acuerdos-y-tratados bilaterales/](http://chileabroad.gov.cl/ecuador/relacionbilateral/acuerdos-y-tratados-bilaterales/).

Escobedo, A, (2010), Sondeo rápido de mercado pulpa de fruta, Recuperado de: <http://orton.catie.ac.cr/REPDOC/A7735E/A7735E.PDF>.

Instituto nacional de estadísticas Chile, (2014), Ciencia y tecnología, Recuperado de:

http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/ciencia_y_tecnologia/indicadores_tecnologicos/indicadores_tecnologicos.php.

Ministerio de comercio exterior, (2015), Acuerdos comerciales, Recuperado de: <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>.

Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (FAO), (2015), enfoque más frutas y hortalizas, Recuperado de: www.fao.org/ag/esp/revista/0606sp2.htm.

Plan nacional del buen vivir 2013- 2017, Objetivos del plan nacional del buen vivir, Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>.

PROECUADOR, (2013), Guía comercial Francia 2013, Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/guias-comerciales/>.

PROECUADOR, (2013), Guía del exportador, Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>.

PROECUADOR, (2014), Guía comercial Chile 2014, Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/guias-comerciales/>.

PROECUADOR, (2014), Guía comercial España 2014, Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/guias-comerciales/>.

PROECUADOR, (2014), Guía comercial Ecuador 2014, Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/guias-comerciales/>.

PROEQUADOR, (2014), Guía comercial Francia 2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/guias-comerciales/>.

PROEQUADOR, (2014), Formas de pago, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-tipos-de-cobros-en-negociaciones-se-pueden-usar/>.

PROEQUADOR, (2014), Perfil logístico de Francia 2014, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/perfiles-y-guia-logistica/>

PROEQUADOR, (2015), Ficha Comercial de Chile 2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-comerciales/>.

PROEQUADOR, (2015), Ficha Comercial de España2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-comerciales/>.

PROEQUADOR, (2015), Ficha Comercial de Francia2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-comerciales/>.

PROEQUADOR, (2015), Ficha técnica de Chile 2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-tecnicas/>.

PROEQUADOR, (2015), Ficha técnica de España2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-tecnicas/>.

PROEQUADOR, (2015), Ficha técnica de Francia 2015, Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/informacion-por-pais/fichas-tecnicas/>.

Trade Map, Comercio Bilateral entre Francia y Ecuador, 2014, Recuperado de:
<http://www.trademap.org/Index.aspx>.

Viajandox, (2012). Parroquia Maldonado, Recuperado de <http://www.viajandox.com/carchi/maldonado-parroquia-tulcan.htm>.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista “Productores de guayabas en Maldonado”



ENTREVISTA

OBJETIVO: Recolectar información sobre la producción de guayaba en la parroquia de Maldonado y su comercialización.

Entrevistado: _____

Entrevistador: _____

Fecha: _____

1.- ¿Cuál es la temporada de producción de guayaba?

2.- ¿Cuántas toneladas de guayaba produce por temporada?

3.- ¿Cuánto tiempo tiene dedicándose a la producción de guayaba?

4.- ¿Cuántas hectáreas siembra de guayaba por temporada?

5.- ¿Cuál es el precio de venta de la guayaba por kilo o tonelada?

6.- ¿Qué mecanismos utiliza usted para llegar al mercado nacional?

7.- ¿Cuáles son sus principales clientes para la venta de guayaba?

8.- ¿Ha pensado usted que puede transformar la guayaba en pulpa?

9.- ¿Qué beneficios le traería a usted como productor que la guayaba sea transformada en pulpa para la venta nacional?

10.- ¿Recibe apoyo económico por parte del gobierno?

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Entrevistador

Entrevistado





CULTIVO DE LA GUAYABA







Anexo 2: Certificado Fitosanitario



MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA,
ACUACULTURA Y PESCA - MAGAP



AGENCIA ECUATORIANA DE ASESURAMIENTO DE LA
CALIDAD DEL AGRO

SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS N° _____

I. TIPO DE SOLICITUD

Inscripción Renovación Código de Registro: _____

II. REGISTRO COMO:

Exportador Productor - Exportador Productor

III. INFORMACIÓN GENERAL:

1. Razón social: _____ 2. RUC: _____
 3. Nombre del representante legal: _____ 4. Cargo: _____
 5. Teléfono: _____ 6. Fax: _____
 7. Email: _____
 8. Dirección de las oficinas: _____

IV. INFORMACIÓN DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN / CENTRO DE ACOPIO:

1. Dirección del centro de acopio/lugar de producción: _____
 2. Provincia: _____ 3. Cantón: _____
 4. Parroquia: _____ 5. Sector: _____
 6. Posee lugar de producción Sí No 7. N° Hectáreas totales:
 8. Posee centro de acopio Sí No 9. N° Hectáreas en producción:
 10. Marcas comerciales: _____

PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS:

Nombre común	Nombre científico	N° de Ha en producción

V. DATOS DE PROVEEDORES:

1. Número de proveedores:

Código de Registro	Razón Social	Producto (Nombre común)

Fecha de la solicitud: ____/____/____
 día mes año

 Nombre, firma y sello de la Empresa



REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO-AGROCALIDAD

CERTIFICADO N.º. 000001

Cod. REGISTRO :

En cumplimiento de la Ley de Sanidad Vegetal y su Reglamento, la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro concede el presente:

CERTIFICADO DE REGISTRO DE OPERADOR DE EXPORTACION DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS

(VÁLIDO POR DOS AÑOS)

Razón Social: _____

Nombre del Representante Legal: _____

Cargo: _____ **RUC/C.I.:** _____

Dirección de la Empresa: _____

Teléfono: _____ **Fax:** _____ **Celular:** _____

Correo Electrónico: _____

Registrado como: _____

Ubicación de la Finca:

Provincia: _____ **Cantón:** _____

Parroquia: _____ **Sector:** _____

Dirección de la Finca: _____

Provincia: _____ **Cantón:** _____

Parroquia: _____ **Sector:** _____

Dirección de la Finca: _____

Certificación del cumplimiento de otras normas o protocolos especiales:

LISTADO DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ARTÍCULOS REGLAMENTADOS <small>(en caso de requerir más espacio, se adjuntará una hoja en blanco con la misma información)</small>			

Vigencia del: _____ **al:** _____

Fecha de Expedición: ____/____/____ **DIRECTOR EJECUTIVO DE AGROCALIDAD**

Nota: Es necesario indicar que durante el tiempo de vigencia del presente certificado, AGROCALIDAD, podrá revocarlo, siempre y cuando existan las causas legales para tal efecto, sea temporal o definitiva, sin perjuicio de las sanciones.



AGENCIA ECUATORINA DEL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO- AGROCALIDAD



VIGILANCIA FITOSANITARIA
FICHA DE CAMPO DE PROSPECCIONES FITOSANITARIAS

N° FICHA _____ FECHA / / Inspector: _____

1. Ubicación Geográfica

Provincia _____ Cantón _____ Parroquia _____ Localidad o vía: _____
 Nombre del propietario/sitio _____ Coordenadas UTM
 Predio/sitio: _____ X: / / / Y: / / / / /

2. Características del cultivo/Producto

1. Especie vegetal _____ 2. Plaga específica _____

TP CC Superficie Amperada U.M.² Peso Amperado U.M.²
 AR ED Superficie Vigilada U.M.² Peso Vigilado U.M.²

PLAGAS O CLAVES	FD	OA	DP	OBSERVACIONES

ENVIO DE MUESTRAS PARA LABORATORIO

Código de la muestra / / / / / Memorando No. _____

Análisis/diagnósticos Solicitados:
 Bacteriológico Entomológico
 Micológico Parasitológico
 Viroológico Muestreo
 Otros/Específicos: _____

Actividad de Origen:
 Certificación Fitosanitaria Prospección Cultivos/Producto
 Cuarentena Vegetal Privados
 Prospección Plagas Verificación Denuncias
 C. de Prospección Vegetativa

Descripción de Síntomas/Daños: _____

Predialgnósticos: _____

F. Prospección en:	AR: Área Lugar de Origen	CC: Cultivos Cultivos Productos	ED: Estado/Desarrollo cultivo	FD: Fase de Desarrollo/plaga	OA: Origen Alveado	DP: Distribución Plaga
1. Cultivo	1. Punto de origen	7. Campo Abierto	1. Macchamado/Intercala	1. Alveado	1. Punto de origen/Alveado	1. Plaga alveada
2. Producto	2. Estación Experimental	2. Invernadero	2. Desarrollo vegetativo	2. Plantado	2. Faja	2. Plaga en Planta Alveada
3. Vía	3. Centro Fronterizo	3. Almacén/mercado	3. Floración	3. Desarrollo vegetativo	3. Hoya	3. Fajas Alveadas
4. Sitios (parcela)	4. Ruta nacional	4. Huerto de campo	4. Fructificación	4. Planta adulta	4. Sitio	4. Distribución Generalizada
5. Verificación de denuncia	5. Botadero/Sitio	5. Casucha	5. Post-cosecha	5. Almacenado	5. Parcela	5. Plaga sólo en Sitio
	6. C. de Prospección vegetativa	6. Otro	6. Cosecha	6. Planta	6. Tala/Troncoflora	
	7. C. de producción alveada		7. Post-cosecha	7. Laveplanta	7. Substratos	
	8. Centro Urbano/Parque (parcela, parcela parcel)			8. Plaga	8. Faja	
	9. Sitio de Post Cuarentena			9. Plaga	9. Tapa la Plaga	
	10. Hoyo					
	11. Otro					

Anexo 4: Certificado de Origen

1. Exporter (Name, full address, country)	EUR.1 No A 582677		
	See notes overleaf before completing this form		
3. Consignee (Name, full address, country) (Optional)	2. Certificate used in preferential trade between and <small>(insert appropriate countries, groups of countries or territories)</small>		
	4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating	5. Country, group of countries or territory of destination	
6. Transport details (Optional)	7. Remarks		
8. Item number; Marks and numbers; Number and kind of packages (1); Description of goods	9. Gross mass (kg) or other measure (litres, m ³ , etc.)	10. Invoices (Optional)	
11. CUSTOMS ENDORSEMENT Declaration certified. Stamp Export document (2): Form No. Customs office: Issuing country or territory: Date (Signature)		12. DECLARATION BY THE EXPORTER I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. Place and date: (Signature)	

Anexo 5: Conocimiento de Embarque (GUÍA AÉREA)

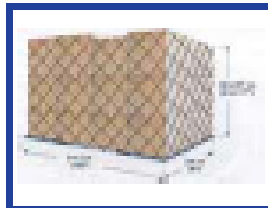
Conhecimento de Embarque - Aéreo (AWB)																											
Shipper's Name and Address			Shipper's account number			Copies 1,2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity																					
Consigner's Name and Address			Consignee's account number																								
Issuing carrier's Agent Name and City						Accounting Information																					
Agent's IATA Code			Account No.			<table border="1"> <tr> <th>Currency</th> <th>CHGS code</th> <th colspan="2">ATA/AL</th> <th colspan="2">other</th> <th>Declared value for carriage</th> <th>Declared value for customs</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>PPD</td> <td>COLL</td> <td>PPD</td> <td>COLL</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						Currency	CHGS code	ATA/AL		other		Declared value for carriage	Declared value for customs			PPD	COLL	PPD	COLL		
Currency	CHGS code	ATA/AL		other								Declared value for carriage	Declared value for customs														
		PPD	COLL	PPD	COLL																						
Airport of departure (Addr of first carrier) and requested Routing																											
to	Routing and destination			to	by	to	by	Amount of Insurance		INSURANCE - If shipper requests insurance in accordance with conditions on reverse hereof, indicate amount to be insured in figures in box marked amount of insurance																	
Airport of destination		Flight/Date		for carrier use only		Flight/Date																					
Handing Information																											
No of pieces RCP	Gross Weight	Kg Lb	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and quantity of goods (incl. dimensions and volume)																				
Prepaid		Weight Charge		Collect		Others Charges																					
						Insurance Premium																					
		Valuation Charge																									
		Tax																									
		Total other charges due agent				Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Good Regulation																					
		Total other charges due carrier																									
Total prepaid		Total collect		Signature of Shipper or his Agent																							
Currency Conversion Rates		cc charges in Dest. Currency		Executed on (Date) at (Place) Signature of Issuing Carrier or its Agent																							
For Carriers Use Only at Destination		Charges at destination		Total collect charges																							

Anexo 6: Medidas del contenedor y pallets aéreos

CONTENEDOR TEMP. REGULABLE RAP			
PESO	VACÍO	PESO MÁXIMO	
	483 KG	6.800 KG	
MEDIDAS	LARGO	ANCHO	ALTO
	3.170 mm	2.230 mm	1.620 mm
VOLUMEN	8,3 m ³		
CÓDIGO IATA	RAP		
TIPOS AVIÓN	B747/A340/A330/B777		



PALET96"X125"			
PESO	VACÍO	PESO MÁXIMO	
	125 KG	6.800 KG	
MEDIDAS	LARGO	ANCHO	ALTO
	3.175mm	2.235 mm	2.440 mm
VOLUMEN	11,50 m ³		
CÓDIGO IATA	PMC/P6		
TIPOS AVIÓN	B747F/B747/A340/A330/B777		



Anexo 7: Cotización aérea



Estimada gusto saludarle y desearle el mayor de los éxitos en sus negocios.

Detalle lo solicitado:

Tarifa Aérea Quito-Francia (Aeropuerto de CHARLES DE GAULLE)

Tarifa Usd 1,25 c/k incluye:

Seguridad
Combustible
AWC

Documentos:

Factura comercial
Lista de empaque
Certificado de origen (MIPRO)
Certificado Fito sanitario (Agrocalidad)

SALUDOS
EDGAR GALLEGOS H.
FERVACARGO S.A. UIO
Email: egallegos@fervacargo.com
egallegos@pontonet.ec
egallegos61@hotmail.com
Movil: 097746893 / 098315255
Tel: 593 2 3303068 / 3303074
Quito-Ecuador

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

ARTÍCULO CIENTÍFICO



Janneth Alexandra Reina Piarpuezán

Suficiencia en el idioma Ingles por el centro de Idiomas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Egresada de la carrera de ingeniería en comercio exterior y negociación internacional de la universidad politécnica estatal del Carchi

Oportunidades de Mercados en Francia y la Comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado – Ecuador

(Entregado 02/07/2015) – Revisado 03/07/2015)

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) – Ecuador
janeth.reina04016mail.com

Resumen

El proyecto se enfoca en determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de guayaba desde Maldonado - Ecuador hacia Paris-Francia, destinado a los consumidores finales, residentes en esta ciudad.

Por otro lado, se recurrió a la recopilación de fuentes primarias y secundarias de información, mismas que sirvieron para determinar la demanda existente de pulpa de guayaba, así como también la oferta, predeterminando efectuar una investigación de mercados enfocada en las exigencias de los posibles clientes, las características del producto, aspectos que buscan los consumidores a la hora de comprar la pulpa de guayaba, sus gustos y preferencias, características demográficas, económicas y sociales.

Francia es uno de los países que tiene un consumo potencial de pulpas, es conocido por ser uno de los principales importadores de este producto a nivel mundial, considerando que posee una estabilidad política, económica y social, convirtiéndose de esta forma en un mercado muy atractivo para las exportaciones de productos no tradicionales entre ellos la pulpa de guayaba.

Palabras Claves: *Oportunidades de Mercado. Oferta, demanda, comercialización de Pulpa de guayaba.*

Oportunidad de mercado en Francia y la comercialización de pulpa de guayaba desde el Maldonado- Ecuador, Janneth Reina, (UPEC - Ecuador)

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

Abstract

The project focuses on identifying opportunities for international markets for the commercialization of guayaba pulp from Maldonado - Ecuador to Paris- France, destined to final consumers, residents in this city.

On the other hand, is used for gathering of sources primary and secondary of information, were also used to determine the demand of guayaba pulp, as well as supply, predetermining conduct market research focused on the needs of potential customers, product features, aspects that consumers look for when buying guayaba pulp, the customers tastes and preferences, demographic, economic and social characteristics.

France is a country that has a potential of pulp consumption, it known as one of the leading importers of this product worldwide, considering that has a political, economic and social stability, thus becoming a very attractive market for non-traditional exports including guava pulp products.

Keywords: *Market Opportunities. Supply, demand, marketing of guayaba pulp*

1. Introducción

Para el desarrollo de esta investigación, se partió desde un tema de investigación el cual se lo escogió tomando en cuenta las necesidades del país ofertante y el desconocimiento de los productores guayaberos de la parroquia de Maldonado, Provincia del Carchi – Ecuador, tomando como referencia esta información como una oportunidad al desarrollo de este proyecto determinando nuevas oportunidades de mercados internacionales, esta base sirvió como fuente para dar inicio a nuevas aperturas de comercialización y por ende fomentar la transformación de materia prima en producto elaborado como una fuente de ingreso para estos productores.

Por otro lado después de análisis de mercado se determinó la mejor opción de mercado para la nueva apertura de mercado internacional, cumpliendo con cada uno de los requerimientos exigidos por el cliente, por otro lado se determinó la demanda existente en el mercado de Francia – París, tomando aspectos como los gustos y preferencias del consumidor, ya que las personas francesas son exigentes y según su tendencia de consumo de frutas es de 400 g diarios por lo que es una oportunidad ingresar al mercado con pulpa porque es 100% de la materia prima.

En el contexto internacional Francia es uno de los países que más consumen fruta y verduras y por este precedente se convierte en una oportunidad de estudio para este proyecto, debido a que la mayor parte de los productos agrícolas está dirigido a mercados de la Unión Europea, las tendencias de consumo de este mercado están direccionadas hacia el consumo de productos frescos y naturales de esta manera existe gran demanda de frutas tradicionales y no tradicionales para el ingreso al mercado francés.

2. Materiales y métodos

Con la implementación del método científico en el proyecto a investigar se determinó las

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

necesidades del oferente como demandante, cumpliendo con cada uno de los requerimientos establecidos al momento de la compra venta del producto.

Por otro lado con la utilización de la investigación de campo se pudo concretar el acercamiento a las necesidades del oferente en este caso los productores guayaberos en la Parroquia de Maldonado, determinando que estas personas solo comercializan la fruta en materia prima en el mercado nacional, este es un problema ya que por falta de conocimientos estos productores no dan apertura a nuevas oportunidades de comercialización. A través de los análisis cualitativos y cuantitativos de la investigación, se logró determinar el problema existente en el mercado, conjuntamente con la investigación documental de fuentes primarias y secundarias como: el Banco Central del Ecuador, pro Ecuador, tradeMap, son páginas confiables para la recolección de datos estadísticos como documentales

3. Resultados y discusión

Después de una investigación de campo realizada en la parroquia de Maldonado basada en una entrevista con los productores de guayaba, se puede decir que la producción de guayaba se la realiza por temporadas según el señor Edwin Chamba; productor y comercializador de guayaba afirma que la temporada productiva se la realiza desde Enero hasta Agosto, las mismas que se comercializan en cajas de madera en un precio que varía desde 2.25 hasta 3 dólares, también es necesario aclarar que cada caja pesa alrededor de 8 kilogramos, por otro lado los productores venden a personas intermediarias que llegan a la parroquia de Maldonado adquirir el producto y venderla a nivel local. A continuación se detalla la lista de productores guayaberos que se encuentran en la parroquia de Maldonado para la adquisición de materia prima para la elaboración de pulpa de guayaba.

Tabla 1: Producción de Guayaba

Provisión Diaria					
Productores	Hectáreas Cultivadas de Guayaba	Cajas	Kg	Ventas por día	Kg
Edwin Chamba	6	50	400	160	64.000
Edgar Chamba	6	50	400	160	64.000
Luis Romo	3	25	200	48	9.600
Diego López	3	25	200	96	19.200
Alejandro Cárdenas	3	25	200	48	9.600
Paul Yapúd	2	16	128	32	4.096
José reyes	4	33	264	64	16.896
Manuel Higuera	1	8	64	16	1.024
Jacinto Ponce	2	16	128	32	4.096
Alfredo Cuaspu	3	25	200	48	9.600
Total	33	273	2184	704	202.112

Fuente: Investigación a productores de Guayaba

Elaborado por: Janneth Reina

Oportunidad de mercado en Francia y la comercialización de pulpa de guayaba desde el Maldonado- Ecuador, Janneth Reina, (UPEC - Ecuador)

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

Francia es un país de muchas oportunidades para el ingreso de productos ecuatorianos, al mercado teniendo como ventaja el sector agrícola en este caso la pulpa de guayaba ya que es una fruta no tradicional y por las exigencias del consumidor se puede decir que Francia tiene una tendencia de consumo muy grande de frutas y verduras por lo que es una oportunidad de apertura a los ecuatorianos al mercado de Francia.

Tabla 2: Análisis económico Francia

INDICADORES		ANÁLISIS
2014		Como podemos ver es poca la diferencia entre el año 2014 y el año 2015 donde aumenta cada uno de los indicadores en el país de Francia. La situación económica francesa es favorable en comparación con la mayoría de los países de la zona europea, lo que beneficia hacer acuerdos comerciales y al ingreso de un producto al mercado francés.
PIB	2.613.94	
PIB PER CÁPITA	1.6%	
IPC (Índice de precios al consumo)	2.1%	
Población activa %	9.1%	
2015		
PIB	2.90 billones	
PIB PER CÁPITA	2%	
IPC (Índice de precios al consumo)	2.5%	
Población activa % 2013	9.5%	

Fuente: Ficha Técnica de Francia, Pro Ecuador

Elaborado Por: Janeth Reina

3.1. Perfil Del Consumidor

Según Pro Ecuador (2014), “La gastronomía en Francia es muy importante, ya que forma parte de la cultura. Sin embargo, al francés le gusta todo lo exótico: come cada vez más comidas internacionales. En cuanto a motivos de compra, por lo general, el francés privilegia la salud y el bienestar, es decir que se cuidan mucho para no engordar y mantenerse saludables”. El francés raras veces tiene tiempo para comer entre semana es por eso que las personas adquieren productos preparados para solo llegar a preparar de una manera rápida y precisa que sean netamente natural.

El consumidor francés se caracteriza por ser riguroso en cuanto a la calidad de los alimentos que consume y se preocupa por conocer el origen de los alimentos y los procesos a los que están sometidos. Sin embargo, siempre busca tener el mejor producto con valor agregado. (GUIA COMERCIAL DE FRANCIA, PRO ECUADOR, 2015).

La guayaba es una fruta no tradicional en Ecuador por lo que se la considera una fruta exótica ahora con el valor agregado de pulpa de frutas por lo que podemos decir que el consumidor francés se caracteriza por ser altamente exigente y cada vez más consciente de la contribución y los efectos de la alimentación en su salud.

El consumo de frutas en Francia:

Oportunidad de mercado en Francia y la comercialización de pulpa de guayaba desde el Maldonado- Ecuador, Janneth Reina, (UPEC - Ecuador)

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

- Las mujeres consumen más frutas (186,4 g/día)
- Los hombres (170,9g/día).

Dentro de la gestión de la cadena de suministro el importador exige el seguimiento, la trazabilidad y la transparencia, en la industrialización de productos orgánicos, desde la venta del proveedor hasta el mayorista, minorista o consumidor final. En resumen, las empresas que exportan a Francia no solo deben cumplir con los requisitos de la Unión Europea, sino también con las exigencias adicionales que tienen las empresas francesas, que exigen la certificación del producto, con esto los consumidores en Francia tienen exigencias al consumir y para dar mayor confiabilidad del producto en este caso la pulpa de guayaba una certificación para productos orgánicos por ejemplo:

Gráfico 1: Certificación para productos orgánicos



Certificación francesa orgánica

Fuente: Pro Ecuador, 2014

Comercio Bilateral entre Ecuador y Francia según la subpartida 2008.99.90.00

De acuerdo al comercio bilateral que existe entre Ecuador y Francia, según el acuerdo del sistema generalizado de preferencias arancelarias (SGP Plus), se encuentra la subpartida 2008.99, por lo tanto se puede decir que dentro de los datos recopilados por Trade Map en el año 2013, las exportaciones fueron altas a diferencia de los años anteriores, pero tomando como referencia el año 2014 Ecuador exporta un total de 3648 USD, este dato sirve como alternativa de ingreso del producto ecuatoriano en este caso la pulpa de guayaba al mercado francés como una oportunidad de comercialización.

Tabla 3 : Comercio Bilateral entre Ecuador y Francia

Subpartida	Descripción del producto	Francia importa desde Ecuador		
		Valor en Miles 2012	Valor en Miles 2013	Valor en Miles 2014
2008999000	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.	3685	3693	3648

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Janneth Reina

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

3.2. Balanza Comercial entre Ecuador y Francia según la subpartida 2008.99.90.00

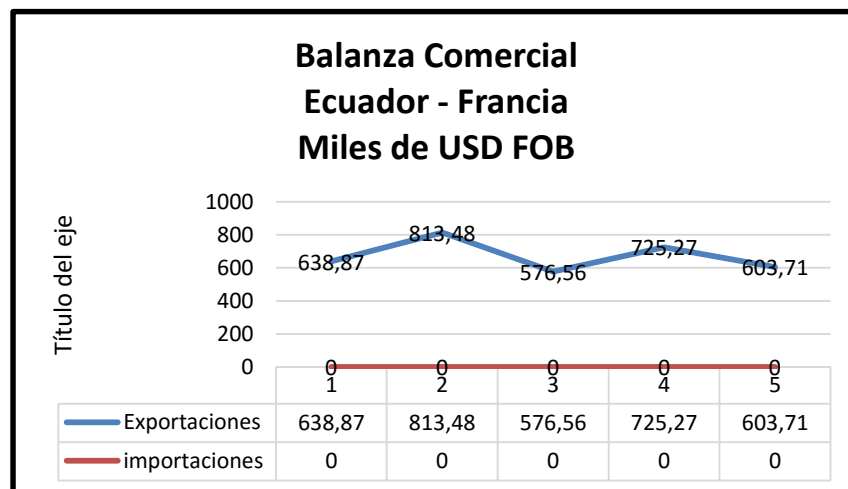
Tabla 4: Balanza Comercial Ecuador y Francia según la subpartida 2008.99.90.00

Balanza Comercial Ecuador - Francia Miles de USD FOB					
Año	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	638,87	813,48	576,56	725,27	603,71
Importaciones	0	0	0	0	0
Saldo	638,87	813,48	576,56	725,27	603,71
Total Intercambio	638,87	813,48	576,56	725,27	603,71

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Janneth Reina

Gráfico 2: Balanza Comercial Ecuador – Francia



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Janneth Reina

Dentro de los datos adquiridos según la subpartida 2008.99.90.00, se puede decir que sus exportaciones en el año 2012 y 2013 crecen un 0.27%, a diferencia de los demás años, mientras que en el año 2010, 2013 y 2014 sus exportaciones decrecen debido a varios factores como puede ser la alta inflación que existe en ese país, debido a la adquisición de productos procesados es por eso que sus exportaciones bajan y existe una alteración en la adquisición de estos productos.

OPORTUNIDAD DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO – ECUADOR

4. Conclusiones

- El desconocimiento por parte de los productores de nuevas oportunidades de mercados hace que esta investigación tenga una ventaja para el ingreso del producto al mercado local como internacional fomentando al desarrollo de las exportaciones en el país.
- Teniendo como referencia los acuerdos bilaterales que tiene Ecuador con Francia al momento de ingresar el producto como es el acuerdo SGP+ como beneficio de libre de pagos de aranceles al momento del ingreso de la mercancía.

5. Recomendaciones

- Elaborar estrategias de comercialización para la pulpa de guayaba hacia los mercados internacionales con el objetivo de generar viabilidad a la empresa y fomentar la apertura de nuevos mercados.
- Se recomienda capacitación constante a la empresa en procesos de exportación comercialización y sobre nuevas oportunidades de mercados.
- Tener en cuenta los acuerdos vigentes para beneficiarse de cada una de las ventajas del acuerdo pero tomando en cuenta todas las condiciones para poder acatar este acuerdo.

6. Referencias bibliográficas:

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, [PRO ECUADOR], Ficha Técnica Francia, 2013 en: http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_ft2013_francia-3/.
- Trademap, Comercio Bilateral entre Francia y Ecuador, en: <http://www.trademap.org/Index.aspx>.
- Banco Central del Ecuador, Estadísticas según la partida 2008.99.90.00.
- Productores de guayaba en la parroquia de Maldonado, Investigación realizada.



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

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 040-AS-CEYNI/2014

A los veinte y cinco días del mes de febrero del 2014, siendo las 12h15, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: PhD Tomás Sánchez PRESIDENTE; Ing. Jonathan Mora, SECRETARIO; Msc. Cecilia Yacelga, VOCAL, titulado "OPORTUNIDADES DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE EL MALDONADO - ECUADOR" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación del estudiante JANNETH ALEXANDRA REINA PIARPUEZAN IX nivel "B" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante JANNETH ALEXANDRA REINA PIARPUEZAN, APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado3,50
2. Precisión y Coherencia de Respuestas.....3,66
3. Calidad de la Presentación del Trabajo.....0,83

Obteniendo como nota final 7,99 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que la estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

Las registradas en el documento.

Dado en la ciudad de Tulcán a los veinte y cinco días del mes de febrero del dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

PhD. Tomás Sánchez
PRESIDENTE

Ing. Jonathan Mora
SECRETARIO

Msc. Cecilia Yacelga
VOCAL




Certifico que es una copia del original. Tulcán, Septiembre 03 de 2016

SECRETARIO GENERAL

Secretaria General de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Tuicán, 03 de septiembre del 2015

RAZÓN: En mi calidad de Secretario General de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, CERTIFICO.- Que en virtud al informe presentado por la Comisión de Investigación de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la UPEC de fecha 13 de agosto del 2015, esta Secretaria General autoriza la modificación del tema del proyecto de grado, en la respectiva Acta de sustentación de la estudiante JANETH ALEXANDRA REINA PIARPUEZAN, portadora de la cedula de ciudadanía N° 0401641519, el mismo que dirá: " OPORTUNIDADES DE MERCADO EN FRANCIA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUAYABA DESDE MALDONADO-ECUADOR", tal como se desprende de la documentación que se adjunta a la presenta.- CERTIFICO



Ab. Eduardo Iván León
SECRETARIO GENERAL

